TÁC GIẢ ROY GARN NGƯỜI DỊCH VÂN HOÀNG

BẬC THẦY VỀ NGHỆ THUẬT THÔI MIÊN CẢM XÚC
BÍ MẬT TRIỆU ĐÔ GIÚP BẠN ĐẠT ĐƯỢC MỌI ĐIỀU MÌNH MUỐN
TRONG CUỘC SỐNG

TỬ HUYỆT CẢM XÚC

MA THUẬT THÔI MIÊN BẤT KỲ AI CHỈ BẰNG LỜI NÓI

NHÀ XUẤT BẢN HÀ NỘI

Duong Kobo's Book Club

Tủ sách Kỹ thuật số
dành cho
Kindle & Kobo

SCAN TO JOIN

NHÀ XUẤT BẢN HÀ NỘI

Số 4 - Tống Duy Tân, quận Hoàn Kiếm, Hà Nội

ĐT: (04) 38252916 - Fax: (04) 39289143

Email: nxbhanoi@yahoo.com.vn

TỬ HUYỆT CẢM XÚC - ROY GARN

Ma thuật thôi miên bất kỳ ai chỉ bằng lời nói

Bậc thầy về nghệ thuật thôi miên cảm xúc -

Bí mật triệu đô giúp bạn đạt được mọi điều mình muốn trong cuộc sống.

Chịu trách nhiệm xuất bản:

Tổng giám đốc - Tổng biên tập: Vũ Văn Việt

Biên tập: Đàm Thị Ly

Vẽ bìa: Hoàng Phong; Bìa áo: Jc Black

Trình bày: Song Ngư

Sửa bản in: Lê Nguyên - Thanh Thủy

Liên kết xuất bản:

Cty CP Sách và Truyền thông Minh Quang

Nhà sách Minhquangbooks

Địa chỉ: Số 51/441 Lĩnh Nam, Phường Lĩnh Nam,

Q. Hoàng Mai, Hà Nội

Tel: (+84) 975.225.265

Mã ISBN: 978-604-55-9593-0

In 5.000 cuốn, khổ 16x24 cm tại Công ty TNHH In - Thương mại Thuận Phát, thôn Yên Vĩnh, xã Kim Chung, huyện Hòa Đức, Hà Nội. Số xác nhận ĐKXB: 1780-2021/CXBIPH/03-135/HN. Quyết định xuất bản số: 1121/QĐ-HN ngày 24/05/2021. In xong và nộp lưu chiểu năm 2021.

LỜI MỞ ĐẦU

Cuốn sách này là kết quả hơn mười bảy năm nghiên cứu của tôi, với cương vị là một người tiên phong quan tâm đến vấn đề giao tiếp giữa con người với con người.

Trong suốt thời gian đó, hàng trăm khách hàng tìm gặp tôi, nhờ tôi tư vấn để giải quyết những vấn đề cá nhân của họ. Từ những buổi trò chuyện, những cuộc điện thoại, thư từ và các cuộc hẹn, cho đến những chương trình truyền hình, các buổi thuyết giảng và giao lưu với công chúng, tôi đã được tiếp xúc hàng nghìn người với những thái độ, cảm nhận và những "vấn đề" muôn hình vạn trạng.

Đó đều là những điểm-mù-cảm-xúc trong giao tiếp giữa người với người. Chúng ám chỉ sự hiện diện vô cùng quan trọng của những cách thức giao tiếp được xem là "chuẩn mực" hoặc những nhân tố có-khả-năng-gây-chú-ý. Chúng có khả năng khơi gợi được mọi cuộc giao tiếp, dù là bạn đang chuyện trò riêng hay diễn thuyết trước công chúng.

Trong quá trình nghiên cứu, tôi liên tục xây dựng và thử nghiệm để phát triển một kỹ thuật giao tiếp luôn luôn hiệu quả và dễ dàng áp dụng cho mọi người.

Tính đến nay, tôi đã hướng dẫn kỹ thuật này cho hơn 2.600 người - vâng, chỉ MỘT kỹ thuật mà thôi - nó có thể áp dụng trong MỌI tình huống; bạn có thể sử dụng nó trong ứng xử và giao tiếp ở nhà, nơi công sở, trong hôn nhân, công việc và trong các mối quan hệ với những người xung quanh. Kỹ thuật này có thể phát huy hiệu quả trong những sự kiện cần bạn tương tác với đám đông, lẫn những "tâm sự riêng tư thầm kín" giữa hai người.

Tôi đang nói đến Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc.

Vậy, Thôi Miên Cảm Xúc là gì?

Đó là năng lực mà bạn có thể "xui khiến" người khác hành động và khiến người đó phải lắng nghe những điều bạn nói.

Nếu sở hữu kỹ năng này, nó sẽ là tài nguyên không-bao-giờ-cạn và là món vũ khí lợi hại nhất của bạn. Phương pháp này là chiếc chìa-khóa-quyền-lực để bạn trở thành một người Hoàn Hảo, một Bậc Thầy Thuyết Phục người khác và cuộc sống của bạn sẽ Hạnh Phúc hơn bao giờ hết. Tuy nhiên, muốn sở hữu kỹ năng tuyệt vời này, bạn phải học cách hiểu và kiểm soát bản thân cũng như những phản ứng của người khác đối với mình, để có thể nói ra những ngôn từ hoặc ứng xử tối ưu nhất.

Theo thời gian, cách bạn phản ứng với cảm xúc một cách có ý thức sẽ trở thành một phần quan trọng trong tính cách, sức khỏe, năng lực, hình ảnh bên ngoài và sự thành đạt của bạn.

Quyển sách **TỬ HUYỆT CẢM XÚC - Nghệ thuật "Xui Khiến"** Bất Kỳ Ai chỉ bằng Lời Nói với hàng trăm ví dụ từ cuộc sống hằng ngày, sẽ chứng minh cho bạn thấy tầm quan trọng của Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc cũng như hiệu quả kỳ diệu của kỹ thuật này, để bạn đạt được những gì mình mong muốn.

Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc sẽ hướng dẫn bạn những bí quyết để:

Khiến mọi người Phải Lắng Nghe mình

Khiến mọi người tự nguyện lắng nghe bạn một cách chăm chú, đây chắc chắn là một quyền năng mà chúng ta đều mơ ước sở hữu được. Bạn không cần phải có duyên ăn nói "trời ban" để làm được điều này; những gì bạn cần là khả năng nói chuyện lưu loát bình thường với mọi người - nghĩa là bất kỳ ai trong chúng ta cũng có thể thực hiện được. Chỉ cần bạn có thể nói ra những thông điệp mà bạn muốn "cài cắm" thông qua việc sử dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, mọi người sẽ lắng nghe câu chuyện của bạn ngay-lập-tức.

Sở hữu phong thái của Người Thành Công

Phong thái bên ngoài của một người thực chất là sự phản ánh tính cách và bản chất của người đó. Ngoại hình cũng như cách bạn ứng xử, cũng là một dạng thông điệp giao tiếp. Khi người đối diện không trả lời những câu hỏi mà bạn đặt ra hoặc "tự nhiên" họ gây sự, bạn sẽ cảm thấy khó chịu và tức tối. Tuy nhiên, với Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, bạn sẽ khám phá ra suy nghĩ "sâu kín nhất" của bất kỳ ai mà bạn giao tiếp. Khi đó, bạn sẽ biết cách áp

dụng những từ ngữ và hành động như thế nào để phù hợp nhất với đối phương, khiến họ tự nguyện phản hồi bạn theo Đúng cách mà bạn mong muốn. Bạn muốn "xui khiến" hành vi ứng xử của đám đông thì bạn phải nắm rõ được cách thức mà đối phương sẽ phản ứng với từng loại trạng thái cảm xúc khác nhau như thế nào. Một khi bạn rèn giũa được những kỹ năng này, chúng sẽ giúp bạn có một ý chí vững vàng, sáng suốt và một phong thái tự tin, đĩnh đạc của một người thành công.

Hiểu rõ chính mình

Để hiểu rõ chính mình, bạn phải biết đâu là những tác nhân khiến cho mình phản ứng hoặc cư xử theo một cách thức nhất định. Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc sẽ giúp bạn nhìn thấy mình qua một tấm gương "tinh khiết" nhất được đúc kết từ những cảm xúc thật nhất, sâu thẳm nhất ở bên trong con người bạn. Từ đó, bạn sẽ khám phá ra yếu điểm Lớn Nhất của mình về mặt cảm xúc và trả lời được mọi câu hỏi "Tại sao..." liên quan đến những hành vi hằng ngày của mình. Bạn sẽ học được cách kiểm soát nỗi sợ hãi, lo lắng và giận dữ, thay thế chúng bằng tính cách lạc quan và tích cực hơn, giúp bạn gây dựng được ấn tượng đẹp với mọi người xung quanh.

Không còn phải lo lắng về vấn đề cơm-áo-gạo-tiền

Một người có sự nghiệp lẫy lừng nhưng gia đình không hạnh phúc, xung quanh anh ta không có mối quan hệ nào đáng tin cậy; theo bạn, đó có phải là một người thành đạt đúng nghĩa không?

Kiếm được nhiều tiền không có nghĩa là bạn sẽ suy nghĩ chín chắn; điều trớ trêu là rất nhiều người trong chúng ta lo lắng về tiền bạc hơn bất kỳ thứ gì khác trong cuộc sống.

Trong Chương 5, tôi sẽ trình bày về bản chất thực sự của Tiền Bạc với tư cách là một trong Bộ Tứ Quyền Lực thuộc Tử Huyệt Cảm Xúc có thể khiến chính bạn cũng như đối phương phải lao đao.

Bạn muốn thoát khỏi nỗi lo âu về tiền bạc? Vì sao cách tốt nhất để trở nên giàu có là... Hãy Tiêu Tiền!

Nếu những thành tựu về mặt tài chính không cân bằng về mặt cảm xúc với những khát khao bên trong của bạn thì chính bạn sẽ bị giằng xé, bị ăn mòn. Bạn làm ra bao nhiêu tiền cũng sẽ cảm thấy mình luôn là người bất hạnh!

Được mọi người chú ý và công nhận

Chúng ta, ai cũng khao khát được mọi người công nhận tài năng hoặc năng lực của mình, nhưng rất ít người có thể đạt được sự công nhận từ người xung quanh như mong muốn. Chương 7 của quyển sách này sẽ giải thích cho bạn hiểu vì sao sự công nhận - hay Danh Tiếng - vừa là điểm kích nổ trong giao tiếp, vừa là động lực cực mạnh cho thành công và thành đạt.

Hấp dẫn hơn là, chương sách này chứng minh cho bạn, việc thấu hiểu và ứng dụng thành thạo kỹ năng Thôi Miên Cảm Xúc trong giao tiếp sẽ giúp bạn đạt được sự công nhận từ đám đông mà bạn luôn mơ ước.

Có được một công việc phù hợp và đường công danh rộng mở

Trong các trường học phổ thông hay trường dạy nghề hiện nay, chương trình học thường thiếu kỹ năng quan trọng nhất để làm nghề Thành Công: giao tiếp và thể hiện những gì bạn đã học.

Nếu bạn muốn người khác hiểu những gì mình làm, bạn phải truyền đạt đến họ qua cảm xúc. Dù bạn đang công tác trong lĩnh vực nào, cũng cần phải giao tiếp. Khả năng khiến người khác hiểu mình, tin mình của bạn càng giỏi, công việc của bạn sẽ càng trơn tru và đạt hiệu suất cao hơn. Chương 13 sẽ giúp bạn giao tiếp hiệu quả hơn để thành công trong công việc, trong nghề nghiệp cũng như trong kinh doanh nhờ vào Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc. Chương này gồm những ý tưởng và chia sẻ hữu ích giúp bạn xây dựng một tương lai tốt đẹp cho bản thân. Chẳng hạn như "5 Lời Khuyên giúp bạn Thành Công khi đi phỏng vấn xin việc" mà bạn có thể ứng dụng ngay cho mình để có một công việc như ý hoặc để đạt được vị trí cao hơn trong công việc hiện tại.

Có được một Tình Yêu Hoàn Mỹ

Bản chất của Tình Yêu - dù là trước hay sau khi kết hôn - chính là giao tiếp. Bất kỳ người phụ nữ nào - dù xinh đẹp hay không xinh đẹp - đều có thể tìm được một nửa đích thực nếu cô ấy gặp "đúng người" và sử dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc "đúng cách" trong lời nói, ứng xử để ghi điểm và thấu hiểu đối phương. Trong Chương 6 và nhiều nội dung khác của quyển sách, bạn sẽ khám phá ra rằng Tình Yêu chính là một trong những Tử Huyệt có thể Thôi Miên Cảm Xúc hiệu quả nhất, mạnh mẽ nhất. Nó có thể vượt lên cả những khát khao về mặt thể xác hay tình dục để giúp cho đàn ông và phụ nữ đạt được hạnh phúc trong hôn nhân. Hơn thế nữa, Chương 6 cũng là nơi bạn sẽ tìm thấy những bí quyết giúp bạn có được tình yêu như bạn hằng mong muốn.

Hạnh phúc hơn trong Hôn nhân

Rất nhiều người không tin là mình sẽ có được một cuộc hôn nhân hạnh phúc. Một phần ba các cuộc hôn nhân ngày nay thường kết thúc bằng ly dị hoặc ly thân, và số người bất hạnh trong hôn nhân tăng cao đến mức không thể đếm được. Người trong cuộc có vô số lý do để chia tay, từ sự không hòa hợp trong đời sống tình dục cho đến chuyện cơm-áo-gạo-tiền, dạy dỗ con cái, niềm tin, khắc khẩu như chó với mèo, mâu thuẫn giữa mẹ chồng - nàng dâu, và nhiều sự "trời ơi đất hỡi" khác.

Tại sao người ta lại ly dị?

Nguyên nhân Số Một dẫn đến tan vỡ trong hôn nhân chính là vì hai vợ chồng không biết cách giao tiếp với nhau!

Giao tiếp hiệu quả là chiếc chìa khóa Hạnh Phúc để duy trì hôn nhân. Nếu bạn hiểu và áp dụng thành công Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, bạn sẽ tránh được việc hôn nhân của mình gặp trục trặc hay đổ vỡ. Vợ chồng cần phải thấu hiểu cảm nhận của nhau!

Bạn muốn có một cuộc hôn nhân hạnh phúc dài lâu?

Chương 12 trong quyển sách này sẽ giúp bạn trả lời mọi câu hỏi mà bạn cần. Chương sách này sẽ diễn giải cho bạn hiểu rõ tầm quan trọng của việc phải thấu hiểu cảm nhận của đối phương. Từ đó cung cấp cho bạn những bí quyết hiệu quả để nêm nếm "gia vị" cảm xúc trong cuộc sống lứa đôi, khiến mối quan hệ giữa hai người càng lúc càng mặn nồng và khăng khít.

Khiến cho cả thế giới yêu mến Bạn!

Một người tuy bình thường nhưng được mọi người xung quanh nhớ đến, tôn trọng và yêu quý, hẳn là hạnh phúc hơn nhiều so với một người thành đạt nhưng cô độc, chẳng có một mối quan hệ thân tình nào bên cạnh.

Làm thế nào để mọi người có ấn tượng tích cực về bạn, tôn trọng và quý mến bạn?

Câu trả lời là tùy thuộc vào khả năng bạn có thể vận dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc như thế nào trong từng lời ăn tiếng nói và ứng xử với mọi người xung quanh. Liệu bạn có thể định hướng và kiểm soát những hành vi, ứng xử của mình?

Được chứ!

Xuyên suốt quyển sách này, trọng tâm là Chương 7 và Chương 11, tôi sẽ chia sẻ với bạn rất nhiều ví dụ để bạn có thể tạo ra hiệu ứng Thôi Miên Cảm Xúc ngay cả khi bạn chỉ đang lắng nghe ai đó! Chương 11 sẽ giúp bạn vén tấm màn bí mật về cảm xúc đằng sau vẻ bề ngoài của con người, tiết lộ cho bạn làm thế nào để "bắt bài" được loại câu chuyện mà đối phương mong muốn nghe từ bạn. Chương sách này sẽ hướng dẫn bạn Bốn cách để Thôi Miên Cảm Xúc người nghe với mọi-điều-bạn-nói và Ba Kỹ Thuật Giao Tiếp Đỉnh Cao giúp bạn luôn được mọi người nhớ đến, tôn trọng và quý mến.

Thôi Miên Cảm Xúc bằng giọng nói

Giọng nói của bạn là một nhạc cụ có thể mê hoặc cảm xúc của người khác. Khi nhạc cụ đó cất tiếng, người nghe có thể thấy vui vẻ, buồn bã, hoặc thậm chí... buồn ngủ! Hầu hết chất giọng tự nhiên của chúng ta thường không ngọt ngào như chúng ta tưởng tượng, chúng thường hoặc quá cao, hoặc quá trầm. Hiệu quả Thôi Miên Cảm Xúc của giọng nói không nằm ở những gì bạn nói mà là cách thức bạn nói chúng như thế nào! Không cần biết chất giọng của bạn thuộc loại trầm hay bổng, du dương hay réo rắt, Chương 14 sẽ giúp bạn vận dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc để có được một giọng nói quyến rũ hơn khi chuyển hóa ba ý tưởng trở thành hành động. Chương sách này sẽ chỉ cho bạn cách luyện giọng với công cụ là "Chiếc Hộp Điều Khiển Giọng Nói", bạn chỉ cần bỏ ra năm phút luyện giọng nhưng hiệu quả suốt đời. Chương này đồng thời đề xuất cho bạn nhiều biện pháp cải thiện và nâng cao chất lượng giọng nói để tạo ra hiệu ứng Thôi Miên Cảm Xúc, nhằm gây chú ý thành công và duy trì được sự chú ý từ người nghe.

Làm chủ mọi cảm xúc tiêu cực

Những nỗi sợ hãi, lo lắng và các cơn nóng giận sẽ khiến chúng ta cảm thấy tiêu cực, tồi tệ. Chúng là những xúc cảm rất cá nhân và riêng tư, vốn dĩ là một phần trong tính cách của chúng ta. Điều đáng lưu ý là, những cảm xúc tiêu cực này, dù bạn nhận biết được hay không, chúng vẫn biểu hiện ra bên ngoài trong quá trình chúng ta giao tiếp. Chương 8 có tiêu đề "Vượt qua mọi nỗi lo lắng, sợ hãi và muộn phiền bằng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc".

Chương sách này tiết lộ những gì sẽ xảy đến với bạn nếu bạn luẩn quẩn với những cảm xúc tiêu cực. Chương này thể hiện những nội

dung quan trọng bậc nhất về khái niệm Thôi Miên Cảm Xúc, rằng chúng ta rất dễ sa đà vào những cảm xúc khó chịu bất thường hoặc những "tai nạn" liên quan đến cảm xúc chỉ vì bạn vụng về trong giao tiếp. Chương sách sẽ đề xuất cho bạn Ba Quy Tắc Vàng giúp bạn thành công trong kiểm soát những nỗi lo lắng, sợ hãi và những cơn giận bất chợt của mình.

Hài hòa trong đời sống vợ chồng

Hầu hết những mâu thuẫn và xung đột trong cuộc sống lứa đôi thường bắt nguồn từ cảm xúc. Những sở thích hay hành vi trong tình dục của một người thực chất chính là sự phản ánh từ những cảm xúc bên trong của người đó. Do vậy, vợ chồng có thể hòa hợp với nhau trong đời sống tình cảm và lứa đôi khi có thể giao tiếp hòa thuận. Chương 12 chia sẻ một bí quyết giúp bạn tự tin và thoải mái hồi đáp lại bạn đời vào những lúc đặc biệt nhất chỉ riêng hai người mà thôi. Áp dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc và những nội dung được trình bày trong chương này, các đôi vợ chồng sẽ có cuộc hôn nhân viên mãn.

Trở thành người Đúng trong các cuộc tranh luận

Bạn thường xuyên rơi vào những tình huống tranh cãi với những người xung quanh?

Cẩn thận đấy! Nếu không điều tiết những cảm xúc tiêu cực, bạn sẽ dễ gặp xung đột ngay trong những chuyện hằng ngày, kể cả những việc "lông gà vỏ tỏi" như cầm búa đóng đinh, trò chuyện, ăn uống và lái xe ô tô. Đừng để cho những cảm xúc khó chịu tổn hại đến tinh thần và sức khỏe của mình như vậy! Chương 10 sẽ hé lộ cho bạn Tám Chủ Đề Tránh Tranh Cãi mà bạn không nên "bất chấp hết" để cãi thắng cho bằng được. Chương sách này sẽ đề xuất cho bạn phương pháp Một-Hai-Ba đơn giản, giúp bạn luôn Đúng trong mọi cuộc tranh luận, dù bạn có hay không có thành kiến với đối phương hay chủ đề tranh luận. Trong Chương 10, bạn sẽ học được cách ứng dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc để nhanh chóng nhận ra những "cái bẫy giao tiếp" cần tránh, kiểm soát những cảm xúc của bản thân sau tranh luận. Chỉ cần vận dụng những kiến thức được trình bày trong chương này, cộng với nhiều nội dung khác của quyển sách, bạn sẽ được sở hữu một bộ bí quyết đỉnh cao, giúp bạn luôn trở thành người Đúng trong mọi cuộc tranh luận và dàn xếp ổn thỏa những tranh cãi không đáng có. Đồng thời, bộ bí quyết này sẽ giúp bạn khéo léo hơn, duyên dáng hơn trong giao tiếp, ứng xử hằng ngày.

“Gia hòa, vạn sự hưng” - gắn kết và hài hòa các mối quan hệ trong gia đình

Mỗi khi giao tiếp với người thân, gia đình hoặc con cái, chúng ta thường có thói quen hành xử và sử dụng những từ ngữ quá tỉnh lược hoặc thẳng như ruột ngựa, khiến đối phương có thể mỉm cười hoặc chau mày, sợ hãi, khao khát, cay cú hoặc ghi hận, thờ ơ, đồng tình hoặc tức giận. Trong các mối quan hệ gia đình hoặc có tính chất thân thuộc, việc giao tiếp thường rất thân mật và người nói thường thể hiện cảm xúc mạnh mẽ hơn so với những mối quan hệ ngoài xã hội. Một khi thành thạo Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, bạn có thể dễ dàng đọc được những cảm xúc khác nhau của một người thông qua biểu hiện bên ngoài của họ, biết cách bóc tách và phân tích những lớp ngụy trang, từ đó thấu hiểu hơn về con cái cũng như mọi người trong gia đình - hoặc bất kỳ người nào bạn quen!

Yêu quý bản thân và thư giãn hiệu quả!

Sức khỏe tốt, lối sống lành mạnh và dịch vụ chăm sóc y tế tốt không thể tách rời nhau. Tuy nhiên, nếu không biết thư giãn đúng cách, bạn khó lòng có sức khỏe tốt. Vì sao ư? Bởi vì thư giãn cũng là một trạng thái cảm xúc. Bạn chỉ có thể thư giãn khi và chỉ khi bạn giao tiếp được với chính mình! Bạn có muốn trở thành một ông bố, bà mẹ tốt hơn, một người bạn tuyệt vời hơn hay một người yêu lý tưởng hơn? Bạn mong muốn mình dễ ngủ hơn và ngủ sâu hơn vào mỗi đêm? Bạn muốn mình có thể nghỉ ngơi và phục hồi năng lượng sau những giờ làm việc căng thẳng? Bạn muốn cải thiện các mối quan hệ cá nhân, gia đình và công việc xung quanh? Kỹ thuật Thư Giãn bằng Thôi Miên Cảm Xúc của tôi sẽ giúp bạn làm được tất cả những việc đó. Bạn sẽ được tìm hiểu về kỹ thuật này trong Chương 15, và rồi bạn sẽ hào hứng khi khám phá ra hiệu quả kỳ diệu của nó. Bạn sẽ nhận ra, chỉ cần biết cách thư giãn hiệu quả về mặt cảm xúc, bạn sẽ gặt hái được vô số kết quả tốt đẹp trong công việc cũng như trong cuộc sống hằng ngày.

Tạo lập được một phong cách cá nhân “Đẹp-Độc-Cá Tính”

Chín mươi chín phần trăm mọi người không nhớ được mặt nhau vì chúng ta quá giống nhau, từ cách ăn nói, ứng xử, cho đến hình thức bên ngoài và khẩu vị.

Bạn có gì khiến mình trở nên khác biệt so với mọi người?

Bạn có một cá tính hay một "phong cách" cá nhân nào đặc biệt nổi trội, giúp bạn nổi bật giữa đám đông hay không? Với Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, bạn hoàn toàn có thể phát huy những cá tính và đặc sắc riêng theo hướng tích cực, để bạn hoàn thiện và nổi bật hơn. Nửa sau của Chương 6, "Vận dụng Tử Huyệt Tình Yêu trong giao tiếp, ứng xử hằng ngày" chia sẻ cho bạn rất nhiều cách hay và hiệu quả để ra khỏi lối mòn là những thói quen nhàm chán, lặp đi lặp lại để bạn trở nên khác biệt và cuốn hút với mọi người xung quanh. Những chương khác của quyển sách cũng thường xuyên đề cập đến Trải Nghiệm Mới - một yếu tố Thôi Miên Cảm Xúc mà con người luôn khao khát, tìm kiếm và hy vọng. Cuốn sách này sẽ chỉ cho bạn, làm thế nào vận dụng Trải Nghiệm Mới để hoàn thiện bản thân, phát triển cá tính riêng và xây dựng cho mình một phong cách cá nhân "Đẹp-Độc-Cá Tính".

Làm chủ mọi tình huống

Chúng ta đều mong muốn mình có thể kiểm soát mọi tình huống phát sinh trong cuộc sống, và tôi xin chia sẻ rằng: Bạn chỉ làm được điều đó khi và chỉ khi lời nói hoặc hành động của bạn khiến cho người khác phải lắng nghe. Những câu hỏi được thốt lên đúng lúc kèm với sự hấp dẫn về cảm xúc sẽ khiến người đối diện lắng nghe ngay lập tức. Họ sẽ hồi đáp bạn bằng nhiều cách, chẳng hạn như yêu cầu, kiểm soát, định hướng, trì hoãn, lúng túng, nhận thức, bảo vệ bản thân và tài sản, và thậm chí thay đổi ý định.

Chương 9 của cuốn sách này sẽ miêu tả, minh họa và chỉ ra những lợi ích vô giá mà bạn nhận được một khi bạn học được cách đặt Những Câu Hỏi Thôi Miên Cảm Xúc với người nghe trong giao tiếp. Bạn sẽ được khám phá những cách thức để gia tăng sức thuyết phục trong từ ngữ và hành động của mình, hiểu được vì sao Đặt Câu Hỏi là một cách để bạn gia tăng sự tự tin khi giao tiếp. Bạn sẽ được tiếp cận với Sáu Nguyên Tắc Trụ Cột để làm chủ mọi tình huống và khiến mọi người luôn phải đồng tình với bạn.

Ứng xử hiệu quả kể cả với những người "khó tính"

Ở đây tôi định nghĩa người "khó tính" là những người mà lời nói và hành động của họ không đồng nhất về mặt cảm xúc theo cảm nhận của bạn. Với Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, bạn có thể khiến họ hòa đồng và gắn kết với mình hơn! Bạn càng đọc và tiếp thu Tử Huyệt Cảm Xúc: Nghệ thuật "xui khiến" bất kỳ ai chỉ bằng Lời Nói, bạn càng rèn luyện được tư duy quan sát và khả năng nhận diện nhân tố Thôi Miên Cảm Xúc MẠNH NHẤT trong mỗi con người. Một khi bạn nhận ra nó, bạn có thể dễ dàng đạt được

thiện cảm của đối phương và "xui khiến" được bất kỳ ai, kể cả những người "khó tính" nhất.

Bảo vệ bản thân và tài sản cá nhân

Những hành vi xấu xa hoặc vi phạm pháp luật thực chất chỉ là lớp vỏ ngụy trang của những nỗi sợ hãi và khao khát trong phạm vi bốn Tử Huyệt Cảm Xúc luôn tồn tại trong mọi con người, bất kể kẻ xấu hay người tốt, sẽ được trình bày trong bảy chương đầu của cuốn sách này. Những kẻ tội phạm khác chúng ta ở chỗ họ "giải phóng" những nỗi sợ hãi hay khao khát bên trong họ thông qua các từ ngữ thô lỗ, hành vi phạm pháp, bạo lực và hành động mờ ám. Số lượng người phạm pháp do các vấn đề về tâm thần chiếm rất ít. Điều này có nghĩa là hầu hết tội phạm cũng là những con người bình thường, và chúng ta hoàn toàn có thể dùng con đường giao tiếp để "tiếp cận" Tử Huyệt Cảm Xúc của họ mà không gây nguy hiểm cho chúng ta - kể cả trong lúc kẻ đó đang thực hiện hành vi phạm pháp! Trong suốt quyển sách này, đặc biệt là các chương nói về những nguyên tắc đặt Câu Hỏi Thôi Miên Cảm Xúc, bạn sẽ thích thú khi ngộ ra rằng Thôi Miên Cảm Xúc luôn gắn bó mật thiết với mọi điều liên quan đến cuộc sống của chúng ta. Và bạn sẽ thấy mình hoàn toàn có thể ứng dụng Thôi Miên Cảm Xúc như một thứ vũ khí hiệu nghiệm để tự vệ và bảo vệ tài sản khỏi những tình huống nguy hiểm mỗi khi cần.

Biết cách làm việc nhóm hiệu quả

Một nhóm làm việc gồm các thành viên xuất thân từ các dân tộc, các nền văn hóa, vùng miền, quan điểm chính trị và tôn giáo khác nhau không tránh khỏi những xung đột và mâu thuẫn. Nguyên nhân chủ yếu của những mâu thuẫn là do giao tiếp không hiệu quả - thái độ không chịu hòa hợp và thấu hiểu những cảm nhận và khác biệt của đối phương. Việc giải quyết những mâu thuẫn khi làm việc nhóm đòi hỏi kỹ năng lãnh đạo, khả năng sử dụng ngôn ngữ và hành động mang tính cảm xúc, sao cho bạn có thể "đánh động" được cảm xúc của các thành viên, khiến họ lắng nghe và đồng ý giao tiếp với nhau. Trò chuyện trực tiếp là nhân tố sống còn của truyền thông đại chúng, và Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc sẽ giúp bạn hòa giải được mâu thuẫn, gắn kết mối quan hệ giữa người với người trong mọi trường hợp.

Hoàn thiện tính cách và trở thành Bậc Thầy Thuyết Phục

Tính cách của bạn được đánh giá tích cực hay tiêu cực là kết quả từ sự phản ứng của người khác với những từ ngữ và cách bạn ứng

xử. Khi bạn ứng dụng Thôi Miên Cảm Xúc tích cực, người khác sẽ chấp nhận và chào đón bạn, và những tính cách của bạn sẽ được đám đông đón nhận! Do vậy, việc định hướng cho tính cách của mình trở nên tốt đẹp và hoàn thiện hơn là điều mà bạn hoàn toàn có thể tự luyện tập. Chương 15 sẽ tóm lược Mười Hai phương pháp hiệu quả và chắc chắn giúp bạn tiến bộ hơn trong giao tiếp. Chúng sẽ hướng dẫn bạn cách giao tiếp với cảm xúc của chính mình một cách thành thạo, trau dồi và luôn làm mới kỹ năng Thôi Miên Cảm Xúc của bản thân, hoàn thiện tính cách và làm chủ Nghệ Thuật Thuyết Phục đỉnh cao.

Cuốn sách **Tử Huyệt Cảm Xúc: Nghệ thuật "xui khiến"** bất kỳ ai chỉ bằng lời nói sẽ giúp bạn đạt được tất cả những mục tiêu hấp dẫn trên một cách hoàn toàn chủ động. Bạn sẽ không còn bị động trong giao tiếp; thành công của bạn sẽ không chỉ phụ thuộc vào may mắn.

Trong cuộc sống hằng ngày, dù chúng ta đều ý thức được tầm quan trọng của giao tiếp hiệu quả, song phần lớn chúng ta vẫn vô tình khiến giao tiếp trở nên phức tạp hơn thay vì tác động và hỗ trợ cho nó thành công hơn. Không có nhiều nghiên cứu khoa học tập trung vào vấn đề hoàn thiện kỹ năng truyền đạt cảm xúc và thông điệp từ người này đến người khác một cách hiệu quả.

Thực tế cho thấy việc ứng dụng và thành thạo Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc đóng vai trò quan trọng như thế nào đối với khả năng thành công của mỗi người.

Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc được trình bày xuyên suốt quyển sách này sẽ cung cấp cho bạn mọi câu trả lời về bản chất thực sự của giao tiếp thành công. Bạn sẽ nhận ra rằng, thành công không phải một khái niệm chung chung, mơ hồ nào đó. Nó yêu cầu bạn phải biết cách tác động khi nào, ra sao, như thế nào một cách cụ thể và chủ động trong những hoạt động và ngôn ngữ giao tiếp của mình.

Trong số những con người tuyệt vời đã công nhận và góp phần giúp phát triển Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, tôi xin gửi lời cảm ơn đặc biệt đến Tiến sĩ Mozell C. Hill, Giáo sư khoa Giáo dục, Trường Sư phạm thuộc Đại học Columbia vì những lời động viên và sự hỗ trợ nhiệt tình của ông đã giúp tôi hoàn thành quyển sách này. Ông từng nói rằng: "Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc sẽ giúp làm sáng tỏ một vấn đề quan trọng mà trước giờ chúng ta vẫn luôn mơ hồ: bản chất của những cảm xúc là như thế nào? Và làm cách nào bạn có thể kiểm soát chúng hiệu quả?"

Bất kể bạn là ai, bao nhiêu tuổi, nam hay nữ, làm ngành nghề gì, bạn hoàn toàn có thể và luôn luôn cần phải hoàn thiện bản thân về mặt cảm xúc để thành công hơn trong cuộc sống.

Hãy vận dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc trong giao tiếp hằng ngày của mình. Rồi bạn sẽ gặt hái được vô số thành công ngoài mong đợi!

Roy Garn

Chương 1

THÔI MIÊN CẢM XÚC - BÍ MẬT CỦA MỌI MỐI QUAN HỆ THÀNH CÔNG

Chỉ cách đây vài phút thôi, khi bạn mở quyển sách này, hẳn bạn đang nghĩ đến một vấn đề nào khác, đúng chứ?

Vậy thì NGAY BÂY GIỜ, bạn đang nghĩ gì nào? Ý tôi là ngay tại GIÂY PHÚT này đây!

Thôi nào! Bạn nên thành thật với bản thân mình. Vui lòng tạm ngừng đọc và trả lời câu hỏi của tôi. Một cách trung thực.

Hẳn là bạn đang bận suy nghĩ về một vấn đề nào khác trước khi đọc đến câu hỏi của tôi, phải chứ? Chính xác là thế! Luôn có điều gì đó "lảng vảng" trong đầu tất cả chúng ta, từng giây từng phút một!

Tôi thường đặt câu hỏi "Bạn đang nghĩ về điều gì?" như một cách để bắt đầu bài giảng trong các khóa huấn luyện, các buổi họp nhóm và trò chuyện cá nhân. Các câu trả lời tôi nhận được thì muôn hình vạn trạng, nhưng điều thú vị nhất chính là phần lớn các câu trả lời không hề liên quan đến chủ đề buổi học ngày hôm đó!

Trong một lớp học ca tối ở thành phố New York, một nữ học viên có mái tóc màu hung, cao ráo, đã trả lời câu hỏi đó như sau:

"Tôi đang nghĩ đến cái đèn trong phòng ngủ ở nhà."

Khi tôi hỏi vì sao, cô ta nói:

“Cái đèn đó đang chiếm trọn tâm trí tôi, đến nỗi tôi không thể tập trung nghe bài giảng của thầy được. Tôi đi tàu điện ngầm đến đây, và khi nhìn thấy cánh cửa tàu điện khép lại, tôi sực nhớ ra là mình vẫn chưa tắt đèn ngủ trước khi đi. Ông xã tôi là người kỹ tính và tiết kiệm lắm! Nếu về đến nhà mà thấy cái đèn bật sáng choang khi tôi đang đi vắng như thế này, ông ấy sẽ nổi trận lôi đình mất!”

Còn một học viên nam mặc comple xanh chỉnh tề trả lời rằng:

“Sếp tôi muốn tôi phải làm cho xong một bản báo cáo quan trọng trước bốn giờ chiều mai. Tôi đang không biết làm thế nào để có thể hoàn thành nó kịp thời hạn!”

Một phụ nữ chừng năm mươi tuổi, có vẻ ngoài đẫy đà thì trả lời:

“Hôm qua tôi đã mua một chiếc đầm dạ hội màu xanh lá cây rất đẹp để mặc cho buổi tiệc quan trọng vào tối nay. Tôi hy vọng là nó sẽ không quá chật!”

Một phụ nữ khác chừng ba mươi tuổi, chưa chồng, thì không giấu nổi sự lúng túng. Cô trả lời một cách thành thật rằng cô đang nghĩ về cú điện thoại của một bà dì vào tối hôm trước.

“Dì ấy muốn làm mai ông hàng xóm của dì ấy cho tôi.”

Một quý ông tóc hoa râm và có chất giọng trầm thì trả lời với vẻ lo lắng rằng:

“Tôi sắp đi gặp một người bạn cũ; anh ta nợ tôi 40 đô la đã hơn một năm nay mà vẫn chưa trả. Tôi không biết nên nhắc khéo anh ta như thế nào về món nợ để không ‘đụng chạm’ và mất lòng nhau!”

Trong một buổi học khác, một anh chàng trẻ tuổi tóc hoe, vai ngang và đến từ miền Nam đã trả lời tôi:

“Ngồi trong này ngột ngạt quá! Tôi đang nghĩ, lẽ ra mình nên rời khỏi đây để đi hẹn hò với cô nàng xinh đẹp mà tôi vừa gặp được hôm qua, như thế sẽ thú vị hơn nhiều!”

Nhiều năm trôi qua, tôi đã nghe hằng hà sa số câu trả lời như thế cho câu hỏi “Bạn đang nghĩ về điều gì NGAY LÚC NÀY?” từ các học viên của mình.

Và bạn có ngạc nhiên không khi phần lớn những câu trả lời không liên quan gì đến bối cảnh lúc đó, hay chủ đề, hay bài giảng mà tôi

sắp trình bày với họ?

Không. Chẳng có gì đáng ngạc nhiên cả.

Về cơ bản, tất cả chúng ta, bất kể già trẻ gái trai, đều không ngừng suy nghĩ miên man về tất tần tật những chuyện trên đời trong cuộc sống hằng ngày: từ những mối quan tâm, thái độ và nhu cầu cá nhân, cho đến những nỗi lo lắng, thú vui, hy vọng, nỗi sợ, những mong muốn và hồi ức khác nhau của mỗi người. Còn với những khoảng thời gian còn lại trong ngày, tâm trí chúng ta thường trong trạng thái "trống rỗng" hoặc "mù mờ" nhằm mục đích làm dịu đi những cảm xúc của mình.

Những điều trên cho thấy mọi người hoàn toàn có thể lắng nghe bạn, vấn đề là họ không thích mà thôi.

Hẳn là bạn đã từng ít nhiều trải nghiệm những tình huống đại loại như:

Một người nói với bạn rằng:

"Tôi đã bảo anh phải làm như thế này mà! Anh không nhớ sao?"

Và bạn trả lời:

"Thực tình là, tôi không nhớ mình đã nghe anh nói như thế!"

Người kia nói thật, và bạn cũng chẳng nói dối. Vấn đề đơn giản là: bạn đã không-nghe người kia nói gì vì lúc đó, tâm trí bạn đang bận rộn với một mớ bòng bong lo toan. Vì vậy bạn đã không-nhớ gì cả.

Bạn bắt đầu lo lắng ư? Không cần phải thế.

Việc kiểm soát những phản ứng của bản thân sao cho người khác phải lắng nghe và thuận theo những ngôn từ và hành động của bạn trong mọi hoàn cảnh cũng là một Nghệ Thuật cần phải được học tập và rèn luyện chứ không ai tự nhiên mà có.

Vì sao ư?

Vì khả năng làm cho người khác phải lắng nghe bạn có thể trở thành một tài nguyên quý giá, một thứ vũ khí lợi hại giúp bạn gặt hái thành công và làm được mọi điều mình muốn trong cuộc sống.

Kỹ năng này giúp bạn cải thiện và nâng tầm phong thái, tính cách

và quyền uy của bản thân trong các cuộc giao tiếp và thuyết phục. Mức độ thành công của bạn trong cuộc sống, trong các mối quan hệ cá nhân, trong công sở cũng như trong sự nghiệp - thậm chí trong cả sức khỏe của bạn - phụ thuộc vào khả năng bạn vận dụng và phát huy nghệ thuật này như thế nào.

Kỹ năng làm cho người khác phải lắng nghe mình sẽ giúp bạn dễ dàng thành công trong mọi việc, hạnh phúc trong tình yêu - hôn nhân và hình thành một thái độ sống tích cực.

Một khi thành thạo nghệ thuật này, bạn sẽ dễ được thăng tiến, biết cách gia tăng doanh thu cho công ty và thu nhập cho bản thân. Mọi người sẽ yêu quý bạn, còn bạn sẽ có một cuộc sống thoải mái và thú vị hơn.

Làm thế nào để bạn làm chủ được kỹ năng kỳ diệu này?

Bạn có thể làm được điều đó ngay bây giờ!

Bạn nên bắt đầu từ đâu?

Hãy nhớ, đầu óc của tất cả chúng ta luôn bận rộn với Những Mối Bận Tâm khác nhau, chúng đang kìm hãm cuộc sống và thành công của chúng ta.

Vì sao chúng ta vụng về trong giao tiếp?

Trong giao tiếp hằng ngày của con người, cứ 100 từ được thốt ra thì hết 99 từ không được lắng nghe... dù khả năng nghe của mọi người đều bình thường và như nhau.

Tương tự, cứ 100 từ được viết ra thì hết 99 từ không được đọc... dù khả năng đọc của mọi người đều bình thường và như nhau.

Liệu đối phương có thực sự lắng nghe khi chúng ta đang nói hay không?

Thông thường, đối phương sẽ nhìn thẳng vào mắt để nghe chúng ta nói - nhưng chúng ta chẳng thể biết được họ đang nghĩ gì trong đầu. Họ chỉ cần vô tình, hoặc cố tình nghĩ đến dù chỉ là một mối bận tâm nào khác ngoài những gì chúng ta đang nói thì tình trạng "nước đổ lá khoai" là khó tránh khỏi.

Khả năng "công phá" Những Mối Bận Tâm của bất kỳ ai để xâm nhập tâm trí họ là một quyền năng kỳ diệu mà chúng ta có thể và nên sở hữu để thành công trong cuộc sống.

Một khi biết cách xâm nhập vào tâm trí mọi người, bạn sẽ giao tiếp hiệu quả hơn, kinh doanh thành công hơn, yêu đời hơn, hạn chế được nguy cơ nghĩ quẩn của bản thân và người khác, đánh bại được kẻ cướp, làm cho người khác phải phá lên cười trước mọi câu chuyện hài hước mà bạn kể, khiến khán giả phải vỗ tay trước mọi màn trình diễn của bạn, tận hưởng hạnh phúc trong tình yêu và ứng xử khéo léo với mọi phản ứng yêu, ghét của dư luận.

Cách duy nhất để bạn vận dụng hành động hoặc ngôn từ nhằm phá vỡ Những Mối Bận Tâm của bất kỳ ai trong bất kỳ tình huống nào là sử dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc.

Vậy, Thôi Miên Cảm Xúc là gì?

Thôi Miên Cảm Xúc là khả năng bạn thúc đẩy và xui khiến người khác phải lắng nghe mình.

Giao tiếp bằng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc là chiếc chìa khóa quyền năng của bạn để thành công!

Ngày hôm đó, tôi là một trong những hành khách đầu tiên của một chiếc xe buýt chạy vào giờ cao điểm. Bác tài xế Tom nhận ra tôi.

“Lại thêm một đêm tôi thở dài ngao ngán vì không biết làm thế nào để yêu cầu hành khách đứng dạt ra hai bên rìa xe buýt và chừa lối đi ở giữa cho những người mới lên xe,” bác Tom chán nản, “Tôi đã thuyết phục họ đến khản cả cổ suốt hơn mười lăm năm lái xe, nhưng chẳng ai nghe!”

Nghe đến đấy, tôi rất đồng cảm với mối quan tâm của bác và đề nghị bác tài xế đăng ký học một khóa huấn luyện Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc do tôi đứng lớp.

Một tuần sau, chính tôi cũng phải ngạc nhiên trước sự tiến bộ của bác Tom trong vận dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc mà tôi giảng dạy.

Bác Tom là học viên có thái độ học tập nghiêm túc nhất trong khóa học. Bác không chỉ áp dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc trong công việc, trong cuộc sống hằng ngày và các mối quan hệ, mà bác còn sử dụng thành thạo kỹ thuật này trong những tình huống khó khăn hoặc nan giải.

Hai tháng trôi qua. Trong một buổi tối nọ, tôi lại có cơ hội ngồi xe buýt của bác Tom.

“Muốn biết tôi làm thế nào để khiến bà con phải dạt ra hai bên rìa xe chứ?” Bác cười khi nhìn thấy tôi.

Hiển nhiên là tôi muốn biết.

Với một nụ cười ấm áp, bác Tom nói lời chào một cách thân thiện và niềm nở với mọi hành khách lên xe.

Và trong khi hành khách mải mê lấp đầy khoang trước và lối đi giữa của xe buýt vì Những Mối Bận Tâm xa xăm trong đầu họ, bác tài xế quay đầu lại. Bằng một giọng nói trầm ấm, bác yêu cầu các hành khách:

“Hai bên rìa xe buýt còn rất nhiều chỗ trống, mọi người hãy ngồi ở đó cho thoải mái và rộng rãi nhé!”

Các hành khách đều nghe thấy và di chuyển ngay lập tức!

Là con người, chúng ta đều giao tiếp với nhau bằng ngôn từ và hành động.

Khi được lồng ghép trong ngôn từ hoặc hành động của chúng ta, Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc có thể làm nên điều kỳ diệu. Nó có thể giúp cuộc hôn nhân hạnh phúc, hàn gắn một mối quan hệ đổ vỡ, khởi đầu một chiến dịch bán hàng hiệu quả, bắt đầu một cuộc tranh luận bổ ích, hoặc giúp một bác tài giải quyết thành công một vấn đề nan giải!

Bạn đang sở hữu kho báu mà chính bạn cũng không ngờ tới!

Betty sở hữu một đôi mắt long lanh, gương mặt xinh đẹp, thân hình hấp dẫn như hoa hậu và một ông bố giàu “nứt đố đổ vách”. Cô cùng bốn người bạn gái khác của mình đang thi nhau xem ai sẽ cưa đổ được một anh chàng nọ tên Jim. Cả Betty lẫn bốn cô bạn đều tham gia “cuộc thi” với một thái độ nghiêm túc và nỗ lực thực sự.

Ấy vậy mà cuối cùng, Jim chọn kết hôn với Ophelia, cô nàng học kém nhất, ngực phẳng nhất, đi giày thấp nhất và gia cảnh khiêm tốn nhất.

Cả Betty và mấy cô nàng kia đều khóc thét vì sững sờ:

“Cô ta có gì hơn chúng tôi?”

Các cô gái không nhận ra rằng một gương mặt đẹp hay một thân

hình bốc lửa đúng là có thể thu hút cánh mày râu ngay từ cái nhìn đầu tiên, nhưng anh ta có sóng đôi cùng bạn hay không lại phụ thuộc vào khả năng bạn Thôi Miên Cảm Xúc trong những cuộc nói chuyện và hành động sau đó. Để có thể nên vợ nên chồng, đàn ông và phụ nữ phải giao tiếp được với nhau. Những gì "nàng" nói với "chàng" và những gì "chàng" tỉ tê với "nàng" - kết hợp với những hành động và phản hồi về cảm xúc phù hợp - mới chính là điều kiện tiên quyết dẫn đến quyết định kết hôn giữa hai người.

Ophelia có thể không xinh đẹp, không thông minh và không có "gia cảnh hùng hậu", vì những điều đó không phải là tất cả.

Bí quyết chiến thắng giúp cô có được người đàn ông của đời mình chính là Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc: cô ấy có thể xâm nhập vào tâm trí vốn luôn bộn bề lo toan của Jim. Cô ấy không chỉ nói cho Jim biết những điều mình muốn nói, mà còn chia sẻ với anh những điều anh muốn nghe. Chúng ta luôn có nhu cầu nghe và được-lắng-nghe. Ophelia đã thành công khi hài hòa được cả hai điều này, vì vậy cô ấy khiến Jim muốn lắng nghe mình nhiều hơn. Dần dần, sự trao đổi thông tin giữa hai người trở nên gắn bó, thân thiết và tin tưởng nhau. Cô ấy đã khiến anh thực sự muốn quan tâm, chăm sóc... cho chính cô ấy. Jim thậm chí còn chạy như bay về nhà và tự hào hô vang rằng:

"Mẹ ơi, Ophelia thật khác biệt so với những cô gái khác!"

Betty, Ophelia và ba cô gái kia cùng tham gia một cuộc thi để có được đức lang quân như ý. Nhưng hãy nhớ, mọi cuộc cạnh tranh trong cuộc sống này - đặc biệt là trong hôn nhân - đều có chung một đích đến duy nhất, bạn phải xâm nhập thành công vào tâm trí con người!

Sự nghiệp, kinh doanh, dịch vụ và các vấn đề của con người cũng tương tự. Để trở thành người chiến thắng, bạn cần phải trang bị cho mình một kỹ năng kỳ diệu - chính là Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc - để công phá rào cản là Những Mối Bận Tâm trong tâm trí mọi người, từ đó gây dựng cho bạn lợi thế cạnh tranh.

Đó chính là bí kíp để bạn tạo được ấn tượng và gây thiện cảm đối với người khác, mà việc Ophelia đã thành công có được trái tim của Jim là một ví dụ.

Thi thoảng trong cuộc sống, bạn có thể bắt gặp những đối tượng khó-chinh-phục - những người có đầu óc Bận Rộn đến nỗi việc phá tan những mối lo toan của họ gần như là nhiệm vụ bất khả

thi. Nhưng với Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, không có gì là không thể.

Một phụ nữ khoảng 45 tuổi, diện quần áo trông rất thời thượng đang trèo lên lan can cầu với ý định tự tử. Chỉ trong chốc lát, cảnh sát và hàng trăm người hiếu kỳ bao vây khu vực quanh cầu. Suốt hai mươi phút căng thẳng, viên cảnh sát và những người dân xung quanh liên tục gào thét:

"Đừng nhảy!"

Nhưng người phụ nữ vẫn đứng trên thành cầu khóc lóc rằng mình bị chồng bỏ và con cái không còn nghe lời cô nữa. Cô không còn gì thiết tha với cuộc đời này nữa.

Cô ấy cởi áo khoác và chuẩn bị nhảy. Khi đó, viên cảnh sát bỗng yêu cầu đám đông im lặng. Ông lấy tay bịt miệng và bít mũi mình, nói với người phụ nữ:

"Bà đã muốn nhảy thì cứ việc. Nhưng tôi nói trước là nước sông hôi thối lắm đó!"

Ngay sau câu nói ấy của viên cảnh sát, người phụ nữ bất ngờ bước xuống và chạy đến chỗ viên cảnh sát. Cụm từ "nước sông hôi thối" đã phát huy tác dụng.

Những từ ngữ đơn giản đó sao lại có thể đánh bại hàng trăm lời khẩn cầu, gào thét của cảnh sát và đám đông khi thuyết phục người phụ nữ đó không tự tử?

Câu trả lời: vì chúng có khả năng Thôi Miên Cảm Xúc với bà ta. Chúng khiến bà ấy phải lắng nghe. Khi bà ấy lắng nghe, nghĩa là chúng đã vượt qua được Những Mối Bận Tâm khác trong tâm trí của người phụ nữ ấy và khiến bà ta đổi ý!

Vậy thì cụm từ "nước sông hôi thối" có tác dụng với một người đàn ông hay một người phụ nữ khác trong một tình huống tương tự hay không?

"Có" hoặc "Không" - câu trả lời tùy thuộc vào "phương trình" cảm xúc của người trong cuộc.

Mỗi người trong chúng ta sở hữu "phương trình cảm xúc" với độ mãnh liệt khác nhau. Tuy nhiên, khi phân nhóm các "phương trình cảm xúc" này, chúng ta sẽ có được những phản ứng gần như công thức với những sự Thôi Miên Cảm Xúc nhất định. Thôi Miên

Cảm Xúc có quyền năng cực lớn trong thu hút sự chú ý và khiến người trong cuộc thay đổi quyết định, nên nó có thể áp dụng trong bất kỳ hoàn cảnh, tình huống, sản phẩm hay dịch vụ nào; khi đó, phản ứng được chúng ta tạo ra gần như hiệu quả ngay lập tức.

Thậm chí, sự ngay lập tức này còn mang tính sống còn.

Vào một đêm mùa đông, đó là lần đầu tiên mà cặp vợ chồng trẻ gây ồ đến mức độ trầm trọng. Anh chồng không chịu phụ vợ rửa bát, trong khi cô vợ liên tục thúc ép anh ta phải làm. Sau vài lời qua tiếng lại, họ bắt đầu la hét, mắng chửi và đe dọa nhau, thậm chí đập bàn đập ghế loạn xạ. Tiếng ồn không chỉ bất ngờ đánh thức đứa con tám tháng tuổi của hai người đang say giấc ở phòng bên, mà còn đánh động cả hàng xóm trong chung cư, khiến một người trong số họ đã gọi điện báo cảnh sát. Cô vợ ra mở cửa và cho cảnh sát vào nhà.

Mấy người hàng xóm cũng hiếu kỳ kéo đến xem. Thấy cảnh sát và đám đông ập đến, người chồng bắt đầu hoảng sợ. Anh ta phóng vào phòng ngủ của con và xốc đứa bé lên bằng một tay. Trước mặt đám đông, anh ta lùi từng bước về phía sau và dùng tay còn lại để mở chốt cửa sổ.

Khi cánh cửa sổ được kéo lên và gió lùa vào, anh ta cảnh báo đám đông.

“Nếu các người còn tiến thêm một bước nào nữa, tôi sẽ ném đứa bé này ra cửa sổ!”

Cảnh sát và đám đông biết rằng anh ta sẽ làm thật. Họ dừng bước.

Người vợ lo sợ tột độ. Cô chăm chăm nhìn vào đứa con bé bỏng nhưng không dám làm gì dại dột.

Đúng lúc ấy, một bé trai chừng 12 tuổi bất ngờ bước vào và nói rằng, “Chú ném con mình qua cửa sổ là độc ác lắm rồi. Chú còn định để mặc em bé bị cảm lạnh nữa à?”

Anh chồng bỗng rơm rớm nước mắt nhìn xuống con. Sau đó, anh ta đóng cửa sổ, giao con cho cô vợ và cúi đầu nhận lỗi. Trong trường hợp này, hình ảnh đứa con bé bỏng sẽ bị cảm lạnh đã gây ra một phản ứng xúc cảm nơi người cha, khiến anh ta dừng ngay hành động đang làm.

Nhờ vậy mà một vụ xung đột nan giải đã được giải quyết êm

thấm!

Chuyện xảy ra có phải do hai vợ chồng có vấn đề về tâm lý hoặc tâm thần không? Không hề. Họ chỉ đang bực dọc, bị điều khiển bởi những cảm xúc tiêu cực. Nguyên nhân của mâu thuẫn là do họ đã phản ứng một cách quá cảm tính và bản năng đối với những kích thích đến từ lời nói và hành động của đối phương.

Mâu thuẫn tương tự hoàn toàn có thể xảy ra với bạn hay với tôi - nếu chúng ta không làm chủ được cảm xúc và để cho sự bực dọc lấn lướt.

Hãy nhớ: Mỗi ngày hay mỗi giờ trôi qua, tất cả chúng ta đều đã và đang thực hiện vô số những phản ứng xúc cảm khác nhau để đáp lại những lời nói và hành động của người khác. Nhiều người trong chúng ta đơn giản là không kiểm soát được giới hạn của những cuộc cãi vã, xung đột với những người khiêu khích mình, khiến cho mâu thuẫn chẳng những không được hòa giải mà còn trở nên trầm trọng hơn.

Khoảng 97% chúng ta có một cuộc sống tương đối "bình lặng" do không phải rơi vào những tình huống căng thẳng gây kích thích cảm xúc. Một người "bình thường" vốn quen nhịp sống êm đềm, nếu rơi vào những tình huống ngàn cân treo sợi tóc, chẳng hạn như bị dồn đến đường cùng đến mức tự tử, túng quá làm liều, hoặc lâm vào các tệ nạn xã hội, người đó sẽ rất dễ tổn thương và trượt dài theo những cái bẫy đó. Khi những hoàn cảnh, số phận hoặc thời điểm trùng hợp ngẫu nhiên hội tụ với nhau và kích thích cảm xúc của một người đến mức báo động, nạn nhân buộc lòng sẽ có những phản ứng nhất định mang tính cảm xúc và bản năng để đối phó hoặc tự vệ.

Bạn nhớ lại xem, bao nhiêu lần trong ngày chúng ta gặp gỡ nhau - dù vô tình hay cố ý, ở trường hay trên xe buýt, giờ làm việc hay giờ giải lao - mà không có một tí phản ứng hay ấn tượng gì hết? Và trong một khoảnh khắc bất chợt, sẽ có một tình huống xảy ra ngoài dự kiến và khơi dậy ấn tượng trong bạn: một nụ cười của ai đó, sự nhất trí hoặc phê bình của đồng nghiệp, hoặc một cái nhíu mày của cấp trên. Ngay cả những phản ứng xúc cảm nhỏ nhoi thế thôi cũng đủ sức khiến bạn yêu thương, thân thiện hay ác cảm với một người nào đó.

Cuộc sống có rất nhiều trường hợp mà trong đó, một anh chàng và một cô nàng quen biết nhau, chơi thân với nhau từ nhỏ đến lớn suốt nhiều năm trời nhưng chưa bao giờ có suy nghĩ rằng mình sẽ

kết hôn và đối tượng là người kia. Vậy mà, chỉ trong một khoảnh khắc bất chợt, người này vô tình nói với người kia một câu nhận xét mà đối phương chết mê chết mệt. Bùm! Lần đầu tiên trong đời họ chạm được vào trái tim của nhau và thế là… tình yêu bắt đầu nảy nở.

Những anh chàng và cô nàng đó là ai vậy?

Họ chỉ là những con người rất "bình thường", chịu sự chi phối của cảm xúc và bản năng. Nhưng nếu những cảm xúc bị kích thích vượt quá giới hạn an toàn, họ có thể dần dần hình thành những phản ứng tiêu cực, chẳng hạn ý định tự tử - giống như người phụ nữ trên thành cầu nọ, hoặc dọa ném con ra cửa sổ, như anh chồng trong ví dụ tôi vừa chia sẻ ở phần trên.

Và những điều đó hoàn toàn có thể xảy ra với bạn.

Đây chính là lý do vì sao bạn phải học cách kiểm soát, hiểu thấu những động cơ và phản ứng xúc cảm của chính mình. Đây cũng là lý do vì sao kỹ năng làm chủ cảm xúc - của chính bạn cũng như của người khác - chính là chiếc chìa khóa Vạn Năng quyết định mọi sự thành công và hạnh phúc của mỗi người. Và cuối cùng, nó là lý do vì sao mà Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc cần phải được giảng dạy, ứng dụng và chia sẻ cho càng nhiều người càng tốt.

Trong bất kỳ mối quan hệ nào, dù là giữa vợ chồng với nhau, giữa người bán hàng và khách mua hàng, giữa bác sĩ và bệnh nhân, giữa người mẹ và con cái, Thôi Miên Cảm Xúc sẽ luôn xuất hiện ở mọi tình huống.

Mẹ của bé Sue 5 tuổi đang rất cáu bởi vì cô bé vừa nghịch ngợm đến nỗi làm vỡ một chiếc lọ hoa màu xanh ngọc rất đắt tiền.

"Con có biết cái bình hoa đó bằng mấy chục tháng tiền lương của ba mẹ hay không?" Bà mẹ bắt đầu nghiến răng nghiến lợi. "Con không được phép lại gần đó!" Bà ấy chống tay lên hông. "Sue, đi mở ngăn kéo lấy cho mẹ dây nịt của ba con. Mẹ phải đánh đòn thì con mới biết chừa," bà mẹ quát mắng. "Mẹ sẽ làm cho mông con sưng đỏ càng lâu càng tốt, để từ nay về sau, con phải nhớ lời mẹ và không được làm vỡ đồ đạc trong nhà nữa! Đi mau! Lấy cho mẹ cái dây nịt!"

Cô bé hoảng sợ vội vàng chạy đi.

Lát sau, Sue trở lại, trên tay cô bé là một chiếc búa.

“Mẹ ơi…” Cô bé nức nở, “Mẹ có thể đánh con bằng cái này được không ạ? Nó sẽ… để lại dấu lâu hơn. Con sẽ nhớ thật lâu và không làm mẹ giận nữa…”

Bà mẹ nhìn chiếc búa và nhìn vào đôi mắt của đứa con bé bỏng, rồi ngoảnh mặt đi. Giọng của cô trở nên nghẹn ngào:

“Sue, con về phòng đi, và nhớ đừng làm vỡ đồ đạc nữa.”

Hình ảnh “chiếc búa” đã khơi gợi phản ứng xúc cảm nơi người mẹ, khiến bà cảm thấy có lỗi vì ý định đánh đòn con bằng dây nịt dù hành động đó chưa xảy ra.

Chỉ với một đồ vật nhỏ nhưng nó đủ sức làm thay đổi trạng thái cảm xúc của bà mẹ trong phút chốc!

Trong hoạt động kinh doanh cũng sẽ có những tình huống giao tiếp tương tự. Nếu bạn không thay đổi được trạng thái cảm xúc của khách hàng, bạn sẽ không-bao-giờ bán được sản phẩm!

Ví dụ trong một tình huống nọ, bốn cửa hàng nội y mở trên cùng một dãy phố, họ đều bày bán những chiếc áo ngủ có kiểu dáng tương tự nhau. Một trong số bốn cửa hàng trưng bày hai chiếc áo ngủ với nội dung: “Mỗi áo 3,95 đô la, giá gốc 5 đô la.” Mặc dù cửa hàng này có vị trí, địa thế thuận lợi nhất trong số bốn cửa hàng, người qua lại đều dễ dàng nhìn thấy hai chiếc áo ngủ đó, nhưng hơn ba tuần trôi qua mà vẫn không ai mua hàng. Chủ cửa hàng quyết định thực hiện một chút thay đổi. Thay vì để giá gốc bên cạnh giá đã giảm, thẻ ghi giá trên mỗi áo lúc đó chỉ ghi duy nhất một con số là “3,95 đô la”. Ngoài ra, hai chiếc áo còn được trưng bày kèm với hai bảng ghi chú: (một chiếc áo) “Dành cho Thiên Thần” và (chiếc còn lại) “Dành cho Kẻ Sa Ngã.”

Chỉ trong vòng ba ngày, cả hai dòng áo ngủ đó được bán sạch, đến nỗi chủ cửa hàng còn phải đặt thêm số lượng lớn mới đủ bán. Gần như mọi khách hàng bước chân vào cửa hàng đều mua một trong hai chiếc áo - hoặc họ mua cả hai - vì không muốn người bán hàng đoán già đoán non mình là “Thiên Thần” hay “Kẻ Sa Ngã!”

Con người thích mua sắm nhưng lại ghét bị dụ dỗ, chèo kéo, nên bạn sẽ có vô vàn cơ hội để áp dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc nhằm tạo lợi thế cạnh tranh. Thậm chí, đôi khi yếu tố Thôi Miên Cảm Xúc hiệu quả nhất lại chính là tên của bạn!

Một bà nội trợ tìm kiếm dịch vụ bọc nệm ghế sofa vì muốn thay lại toàn bộ bọc ghế trong nhà. Cô đã tham khảo rất nhiều quảng

cáo và danh bạ điện thoại. Hơn mười nhà cung cấp dịch vụ bọc nệm liên lạc với cô. Cả mười hãng đưa ra giá cả dịch vụ, chất liệu vải bọc và tiện ích vận chuyển đều tương đương nhau. Bà nội trợ nọ cũng có đủ danh thiếp của mười nhà cung cấp dịch vụ. Nhưng một danh thiếp trong số đó đã gây ấn tượng đặc biệt với cô:

"Danh thiếp này sẽ giúp cô nhớ đến tôi - và nó sẽ khiến chồng cô phá lên cười! Cô thấy đó, tên tôi là 'Wolf'. Wolf là tên, không phải bản chất của tôi!"

Đúng thật là cả hai vợ chồng bà nội trợ đã cười toe toét khi đọc những dòng chữ trên tấm danh thiếp này.

Vài ngày sau, trong khi cô vợ còn đang đắn đo suy nghĩ là mình nên chọn nhà cung cấp nào, cô nhớ ngay đến "Wolf" và gọi cho anh ta. Anh chàng này đã thành công trong việc "công phá" những Mối Bận Tâm khác của bà nội trợ, khiến cô chú ý và nhớ ngay đến anh khi cần.

Wolf đã bán hàng thành công vì ngay cả chồng của bà nội trợ cũng thích thú và nhớ đến tên anh nữa!

Ngôn từ là những đứa trẻ tinh nghịch và khôn ngoan. Ngay khi chúng vừa rời khỏi miệng chúng ta, chúng đứng một bên để theo dõi những gì sẽ diễn ra tiếp theo. Chúng không bao giờ ra về tay không, vì chắc chắn sẽ luôn có một điều gì đó xảy ra, với một ai đó, sau khi lời nói của chúng ta được thốt ra. "Ai đó" trong trường hợp này là "Người Nghe", tức là "đối phương" hay "đối tượng giao tiếp" của chúng ta. Người này, hoặc sẽ tiếp tục "bơ xơ lơ" chúng ta vì ngôn từ không đủ sức hấp dẫn, hoặc sẽ chăm chú lắng nghe từng câu, từng chữ của chúng ta nếu như bạn ứng dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc mạnh mẽ và thuyết phục!

Một anh chàng bay từ Philadelphia đến West Coast trong một chuyến công tác. Theo như lịch trình, anh ta sẽ dành nửa ngày ghé qua Las Vegas, Nevada để tham quan sòng bạc và để có dịp về nhà "chém gió" với bạn bè, người thân, rằng mình vừa đi đánh bạc ở khu phố ăn chơi nổi tiếng nhất nước Mỹ. Vì công tác phí có hạn, nên anh ta tự nhủ chỉ được đánh bạc 10 đô la "cho biết" mà thôi.

Tại sòng bạc Las Vegas, anh đổi tờ tiền 5 đô la của mình thành 5 đồng bạc. Anh dùng toàn bộ số bạc này để chơi máy đánh bài nhưng thua sạch. Giờ anh quyết định mình phải thật cẩn thận.

Anh đem đổi một tờ 20 đô la thành 20 đồng bạc. Anh đặt 5 đồng bạc vào tay phải, và 15 đồng bạc còn lại vào tay trái. Anh đến một

bàn chơi bài, trong đầu tự nhắc nhở mình không được cược quá 5 đô la kiểu "được ăn cả, ngã về không!" Để chắc rằng mình sẽ không vung tay quá trán, anh bỏ hết 15 đồng bạc tương đương 15 đô la vào trong túi áo.

Người chia bài là một phụ nữ trung niên có nhiệm vụ coi sóc từ sáu đến bảy tay chơi. Nhìn thấy anh chàng người Philadelphia đang bước đến, bà ấy nhanh nhẩu nói:

"Lại đây tham gia nào anh bạn. Chào mừng tay chơi cự phách của bàn chúng ta ngày hôm nay!"

Câu nói đơn giản đó làm anh chàng nọ thấy mình là người đặc biệt, có thể có "vận khí" để đổi đời. Anh đút tay vào trong túi áo, lôi toàn bộ số tiền mình đang có ra bàn đặt cược. Anh ta đã vét sạch 20 đô la để chơi bài chỉ vì một câu chào mời.

Và anh ta mất sạch!

Tính chất Thôi Miên Cảm Xúc trong lời nói của người phụ nữ đã mạnh hơn và đánh bại được khả năng cưỡng lại sức cám dỗ từ trò chơi của anh ta!

Không còn nghi ngờ gì nữa!

Trong từng giây, từng phút, từng giờ trôi qua, tất cả mọi người đều Bận Rộn trong tâm trí. Dù họ đang đói hay đang khát, vui hay buồn, đam mê hay hoảng sợ, bạn vẫn phải luôn nỗ lực để khiến họ nghe thấy mình, kể cả khi họ nói rằng họ vẫn đang nghe bạn nói.

Ngay cả người bạn thân nhất cũng không ngoại lệ. Anh ấy hoặc cô ấy có thể nhìn bạn chăm chú nhưng tâm hồn họ đang bay nhảy ở một nơi nào đó cách xa nghìn dặm.

Nếu anh ấy hoặc cô ấy bất chợt yêu cầu bạn "Im lặng nào!", đừng nổi nóng. Thậm chí bạn nên cảm ơn người bạn của mình. Đó là một lời khuyên đúng đắn!

Bạn đang nói chuyện, nhưng anh ấy hoặc cô ấy không thực sự lắng nghe, thế thì tiếp tục nói để làm gì?

Tuy nhiên, bạn hoàn toàn có thể khiến mọi người phải lắng nghe mình, một cách nhanh chóng và dễ dàng nếu bạn lồng ghép Thôi Miên Cảm Xúc trong lời nói của mình.

Dù bạn đang nói, đang bán hàng, biểu diễn hay đang viết, hãy

luôn nhớ rằng tất cả mọi người luôn Bận Rộn trong tâm trí của họ. Để khiến họ lắng nghe hoặc phản hồi, bạn phải làm sao để phá vỡ được những Mối Bận Tâm trong đầu họ bằng một nhân tố Thôi Miên Cảm Xúc phù hợp.

Bất kể bạn là ai, làm nghề gì, sống ở đâu, "quyền năng lắng nghe" trong giao tiếp là chiếc chìa khóa đầu tiên bạn phải sở hữu để giải phóng được tính cách, kỹ năng thuyết phục và phong thái hấp dẫn của mình.

Con người phải giao tiếp để sống, và giao tiếp được thực hiện thông qua ngôn từ và hành động.

Động cơ "ẩn" phía sau những ngôn từ và hành động sẽ quyết định kết quả xấu hoặc tốt, quyết định ai sẽ là bạn và ai là kẻ thù, người yêu hay tình cũ, một phi vụ bán hàng thành công hay một vố lỗ nặng. Đây là nguyên lý Cốt Lõi trong giao tiếp:

Việc đầu tiên bạn phải làm là xuyên thủng được Những Mối Bận Tâm và xâm nhập vào tâm trí của người nghe. Chỉ khi đó, bạn mới xui khiến được họ hành động theo ý muốn của mình. Từ việc tạo ấn tượng tốt, thôi miên, thuyết phục, ghi nhớ đến dạy dỗ, khuyên nhủ, tạo sức ảnh hưởng và chỉ đạo họ hành động.

Eve dụ dỗ Adam bằng lời ngon tiếng ngọt, khiến chàng không thể cưỡng lại ý muốn của nàng và ăn trái cấm. Cuộc sống ngày nay của chúng ta đầy rẫy những phiên bản khác nhau của câu chuyện "Eve, Adam và trái cấm". Nhưng điều duy nhất không đổi là sức mạnh của Thôi Miên Cảm Xúc. Nó là lý do vì sao mọi người muốn lắng nghe bạn, bất kể bạn nói về chuyện gì, chuyện trong nhà ngoài xóm, chuyện công sở, chuyện giá nhu yếu phẩm tăng, cho đến chuyện xa xôi như một nhóm người buôn lậu ớt ở Jamaica.

Bạn muốn công kích ai đó ư? Dễ lắm! Bạn chẳng cần tốn sức dùng một cái dùi cui hay một cái chùy nặng nề để làm điều đó. Bạn chỉ cần vài lời với người đó, lồng ghép một hay vài yếu tố Thôi Miên Cảm Xúc tiêu cực. Lời nói như những con dao sắc bén sẽ xuyên thủng mọi Mối Bận Tâm trong đầu họ, xâm nhập vào tâm trí họ và họ sẽ bị chúng giày vò suốt thời gian dài.

Tổn thương về tinh thần và tình cảm là thứ tổn thương đau đớn nhất, sâu sắc nhất, dai dẳng nhất và khó chữa lành nhất mà không ai có thể "đề kháng" nổi!

Mặt khác, điều tôi muốn nói ở đây là:

Bạn muốn người khác tin tưởng, nể phục mình? Bạn sẽ không thể đạt được nếu không sử dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc.

Chỉ cần biết cách Thôi Miên Cảm Xúc khi giao tiếp, bạn sẽ đạt được thành công vượt trội trong bất cứ công việc nào!

Tôi sẽ chứng minh với các bạn bằng tình huống xảy ra với gia đình Smith, họ không biết sử dụng Thôi Miên Cảm Xúc trong giao tiếp, dẫn đến mâu thuẫn không đáng có.

Bà Smith nói với chồng:

“Cưng ơi, khi nào anh ra cửa hàng, tiện thể mua cho em một cân bơ nhé!”

Ông Smith đi mua thuốc lá và trở về nhà mà không có bơ. Bà Smith lập tức nổi giận:

“Sao anh chẳng bao giờ nghe lời em vậy!” - bà ấy gắt gỏng.

“Anh có nghe em dặn gì đâu?” - ông Smith trả lời.

Và hai vợ chồng đã to tiếng với nhau. Ngày hôm đó, mấy đứa trẻ nhà Smith phải “chịu trận” suốt bữa ăn. Nguyên một buổi tối, không khí gia đình quây quần đầm ấm đã bị phá hỏng chỉ vì một cân bơ.

Ít người nhận ra rằng ngôn từ chính là nguồn cơn của mọi mối quan hệ thất bại và khiến gia đình tan vỡ. Các luật sư và chuyên gia hòa giải đều đồng ý rằng, phần lớn các cặp vợ chồng chia tay nhau vì những lý do rất nhỏ nhặt, cỏn con.

Kỳ thực, những “chuyện nhỏ như con thỏ” là biểu hiện của một vấn đề nghiêm trọng hơn: thất bại trong việc giao tiếp với nhau bằng Thôi Miên Cảm Xúc. Thay vì làm chủ cảm xúc, người trong cuộc trở thành “nô lệ” cho cảm xúc và vô tình đẩy mâu thuẫn vượt quá giới hạn cho phép!

Có phải ông Smith không nghe bà Smith nói?

Không hề!

Giọng bà Smith có vấn đề nên ông Smith mới không nghe thấy?

Không phải luôn!

Vậy thì tại sao họ giao tiếp với nhau thất bại?

Lý do là:

Ông Smith còn đang Bận Rộn trong tâm trí. Bà nói vẫn cứ nói, nhưng ông thì cứ không nghe. Bà vợ đã không làm gì để đánh động tâm trí đang bận rộn của chồng trước khi dặn dò.

Ngạc nhiên không? Hai người họ đã "đầu gối tay ấp" suốt mười hai năm; trước đó, bà còn hẹn hò với ông không dưới bốn năm. Mười sáu năm làm bạn gái và trở thành bạn đời của chồng mình, bà ấy vẫn không biết giao tiếp với chồng ư?

Còn ông Smith thì sao?

Cũng như nhiều người khác, ông ấy không chú tâm tới điều vợ nói, không lo lắng cho việc gia đình hay sao?

Không! Họ không hề thực sự nghĩ như vậy! Mâu thuẫn trong gia đình của họ xảy ra bởi vì tâm trí họ quá Bận Rộn.

Và bạn cũng vậy!

Từ ngữ hàm chứa cảm xúc!

Mọi từ ngữ đều hàm chứa cảm xúc.

Chúng được sử dụng với con người - những cá thể có cảm xúc - và tự chúng cũng có khả năng gây ra phản ứng cảm xúc.

Khi hàng xóm của bạn bình phẩm "Con gái anh là một đứa trẻ ngoan nhưng không được sáng dạ cho lắm," câu nói đó hẳn là khiến bạn chú ý ngay lập tức. Câu nhận xét khiếm nhã của người kia khiến bạn bực tức. Bạn cảm thấy đau đớn và phẫn nộ vì đứa con yêu quý của mình bị công kích, kể cả khi gã hàng xóm kia nói sự thật.

Nếu một người quan sát bạn và phán rằng, "Mày đúng là đứa keo kiệt, bủn xỉn," chắc chắn là bạn không vui tí nào, bất kể câu nhận xét đó đúng hay sai.

Tương tự, bạn cũng sẽ có những phản ứng xúc cảm nhất định khi người khác nói điều gì đó tốt đẹp về bạn, chẳng hạn như "Bạn trông rất năng động," hoặc "Bạn rất xinh đẹp," hoặc "Bạn trông trẻ hơn so với tuổi thật!"

Những phản ứng đó thuộc về phương trình cảm xúc của bạn, và chúng xuất hiện ngay cả trong những tình huống nguy hiểm. Bạn

đang đi bộ băng qua đường thì một chiếc xe tải lao về phía bạn. Bạn thấy nguy hiểm đang cận kề, và bạn phản ứng bằng cách nhảy ra khỏi hướng di chuyển của xe tải. Nếu bạn nhìn thấy chiếc xe tải còn xa với một khoảng cách an toàn, hẳn là bạn đã thong dong đi bộ tiếp.

Lần nữa, phản ứng xúc cảm là một quá trình hai chiều, liên quan đến bạn lẫn tài xế xe tải! Khi tình huống nguy hiểm xảy ra, những động cơ và phản ứng xúc cảm sẽ được kích thích và khơi dậy hành động của cả hai phía.

Giả sử bạn đang được bác sĩ khám bệnh. Bác sĩ muốn kiểm tra khả năng phản xạ của bạn, nên yêu cầu bạn ngồi bắt tréo chân. Rồi ông ta lấy một cây búa y khoa gõ vào đầu gối bạn. Ông ta thực hiện một cú gõ chính xác, và bạn phản xạ ngay lập tức bằng một cú đá chân. Nếu bác sĩ gõ nhầm vị trí thì sao? Sẽ không có phản xạ, hoặc bạn sẽ rất đau.

Ngôn từ và lời nói cũng gây ra hiệu ứng tương tự. Một số từ ngữ có thể có tác dụng với những người khác, nhưng chưa chắc thuyết phục được bạn bởi phương trình cảm xúc của bạn khác với họ. Nhưng nếu có ngôn từ hay lời nói nào chạm được đúng vào "tim đen" hay những vấn đề nhạy cảm của bạn, bạn sẽ có phản ứng hoặc tốt hoặc xấu!

Hiển nhiên, lời nói và ngôn từ của bạn cũng có khả năng gây hiệu ứng tương tự lên những người mà bạn trò chuyện.

Trong một buổi diễn thuyết nọ với khoảng năm trăm khách tham gia gồm cả nam lẫn nữ, chỉ sau mười phút đầu tiên, diễn giả đã thành công trong việc khiến đám đông khán giả hào hứng và tập trung vào những gì ông ta nói.

Một người đàn ông điển trai với nước da ngăm đen ngồi ở hàng ghế thứ bảy đặc biệt chăm chú lắng nghe phần trình bày của vị diễn giả. Suốt từ đầu buổi, anh ta cứ gật đầu lia lịa.

Đến một cao trào nọ, người diễn giả bắt đầu cất cao giọng và nói: "Đừng bao giờ quên điều tôi vừa nói. Nếu không, các anh chị chẳng khác nào những gã Ả Rập lén lút trong bóng đêm..."

"Không đúng!" Lần đầu tiên vị khán giả ở hàng ghế số bảy không đồng tình với diễn giả. Vẻ giận dữ hiện rõ trên khuôn mặt anh ta.

"Tôi không thích câu nói đó của ông. Tôi là một người Ả Rập!"

Lời nói của vị diễn giả tưởng chừng vô hại với người khác, nhưng lại động chạm đến anh chàng Ả Rập này. Sự chú ý bất ngờ chuyển hướng từ diễn giả sang vị khách đặc biệt, những khán giả còn lại vừa được chứng kiến hiệu ứng "dữ dội" mà tôi gọi là quyền năng cảm xúc của ngôn từ.

Hẳn là vị diễn giả nọ cũng nhận được một bài học đáng nhớ!

Và bạn hoàn toàn có thể liên hệ câu chuyện này với những tình huống đơn giản nhất trong cuộc sống.

Bạn đang tản bộ trên đường phố. Bạn nhìn thấy cô bạn Martha đang đi về phía mình. Bạn gọi cô ấy: "Xin chào, Martha!"

Martha đáp lại lời chào của bạn: "Chào, Gerry!" và tiếp tục đi.

Bạn cũng tiếp tục đi đường của mình. Hoạt cảnh kết thúc. Bạn vừa nhận được từ Martha một phản ứng xúc cảm mà bạn trông đợi.

Giả sử khi bạn nói "Xin chào, Martha!" nhưng Martha không đáp lại, thậm chí chẳng nhìn ra bạn do tâm trí cô ấy đang bận suy nghĩ về những vấn đề khác, bạn sẽ phản ứng thế nào?

Hẳn là bạn sẽ dừng lại, nhìn theo cô ấy và lầm bầm:

"Quái! Cô Martha này xẹt ngang qua mình mà không thèm chào hỏi một lời, quen biết nhau hơn mười năm mà cư xử với nhau như vậy đấy! Kể từ khi chồng cô ta trúng số mua được một chiếc Cadillac và hai cái bãi xe rộng thênh thang, cô ta càng lúc càng khinh khỉnh và chảnh chọe. Chờ đó, mình sẽ kể lại chuyện này với Helen!"

Bạn thấy tình huống khi bị suy-diễn có thể diễn biến theo hướng nghiêm trọng hóa như thế nào rồi đấy: Chỉ vì Martha quên một câu chào hỏi đơn giản mà cả chồng của Martha, tiền của anh ta, chuyện trúng số, hai bãi xe và chiếc Cadillac cũng bị lôi ra trở thành nguyên nhân đánh giá. Ngôn từ - là những thực thể mang cảm xúc. Và những người sử dụng chúng cũng thế, kể cả khi họ chưa bao giờ biết nhau.

Một anh chàng lạ mặt vui tính nào đó bỗng dừng bước trước mặt bạn và tôi rồi nói: "Xin chào!"

Ngay lập tức, chúng ta đáp lại bằng một lời chào kèm với một nụ cười tương tự. Nhưng một giây sau, cả tôi và bạn nhìn nhau chưng hửng: "Có vẻ như gã đó biết chúng ta, nhưng hắn là ai vậy?"

Hoặc chính bạn có thể thử nghiệm trò này, bắt tay một cô nàng lạ mặt bạn thấy trên đường. Cô ấy sẽ không hiểu tại sao bạn làm thế. Cô ấy có thể quay lại ném cho bạn một cái nhìn kỳ lạ. Cũng có thể cô ấy sẽ bắt tay đáp lại bạn.

Một khi tìm hiểu sâu về Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, bạn sẽ nhận ra cảm xúc của chúng ta luôn luôn phản ứng ở mọi tình huống liên quan đến bản-thân chúng ta. Chẳng hạn, trong bất kỳ tình huống hay hoàn cảnh nào liên quan đến thể diện, sự công nhận (được gọi là Tử Huyệt Danh Tiếng trong Chương 7), bạn luôn muốn mình trông thật chỉnh tề và nghiêm túc trước mặt người khác, kể cả khi đó chỉ là một đám đông xạ lạ, đúng không?

Cách đây vài năm, một người bán hàng có thể dễ dàng gia tăng doanh thu của mình, kiếm thêm được vài ngàn đô la vào thu nhập trung bình của bản thân chỉ nhờ biết bắt tay thân thiện với khách hàng và nở một nụ cười, bởi vì nụ cười có thể kích thích cảm xúc tích cực của bất kỳ ai.

Một nhà bán lẻ ti vi và đồ gia dụng đã thành công nhờ câu khẩu hiệu "Nơi Bạn Có Thể Mua Một Cái Bắt Tay Triu Mến". Vào thời bấy giờ, thị trường ti vi và điện gia dụng cạnh tranh vô cùng khốc liệt, giá cả các cửa hàng "gùn ghè" nhau từng chút một, chính những yếu tố "nhân cách hóa" như cá tính doanh nghiệp và sự thân thiện sẽ trở thành các lợi thế cạnh tranh giúp doanh nghiệp nổi bật giữa đám đông.

Thời đó, ý tưởng "Cái bắt tay" được ưa chuộng trong mọi mẩu quảng cáo cũng như trong những thiết kế trưng bày tại các cửa hiệu. Bạn có thể nhìn thấy những ý tưởng như "Kế hoạch tín dụng bắt tay" hay "Một cái bắt tay làm nên tất cả" ở khắp nơi, từ việc mua một cái lò nướng bánh cho đến máy giặt. Nó chính là yếu tố giúp người tiêu dùng nhớ đến một cửa hàng và giúp làm nên một cuộc mua bán thành công. Một khi bạn phá vỡ được Những Mối Bận Tâm khác của khách hàng, xâm nhập được vào tâm trí của họ và gây được sự chú ý, mọi cuộc giao tiếp và giao dịch sẽ trở nên dễ dàng hơn. Đây là lý do vì sao kỹ năng sử dụng ngôn từ, hành động một cách thuyết phục và mang đậm dấu ấn cá nhân rất cần thiết cho những ai muốn trở thành những chuyên gia bán hàng bậc thầy.

Trong giai đoạn đó, tất cả nhân viên bán hàng và chủ cửa hàng đều cần phải được huấn luyện những kỹ năng trên nếu muốn tối đa hóa doanh thu. Ngay khi khách hàng vừa bước chân vào tiệm, ngay từ trước khi anh ta bước qua cửa, nhân viên bán hàng phải

ngay lập tức ra chào, nở một nụ cười và đưa tay ra một cách thân thiện để bắt tay khách hàng. Vị khách hàng tiềm năng này - có thể chỉ là một người lạ đến cửa hàng để xem các mặt hàng hoặc so sánh giá cả - cũng sẽ bắt tay đáp lại trước sự chủ động của người bán hàng. Ngay khi vị khách chưa kịp lúng túng, người bán hàng tiếp tục nở một nụ cười, chỉ tay về phía biển hiệu và nói một cách lịch sự rằng:

"Đây chính là nơi ông có thể mua một cái bắt tay trìu mến."

Khi đó, tâm trí của khách hàng đã được xâm nhập thành công, mối liên hệ về mặt cảm xúc được thiết lập, một cảm giác thoải mái và ý muốn mua hàng dần dần bao trùm lấy vị khách hàng của bạn.

Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc không chỉ giúp một cửa hàng gia tăng doanh số mà còn hấp dẫn cả những nhân viên bán hàng của đối thủ nộp đơn xin việc. Ai có thể cưỡng lại được bầu không khí làm việc thân thiện, thoải mái, khi tất cả những gì một nhân viên bán hàng cần làm là cười thật tươi và bắt tay khách hàng với một câu nói "Xin chào!" thật nồng ấm, đơn giản nhưng vô cùng hiệu quả?

Bản chất của "Cảm xúc"

"Cảm xúc" là một trong những từ ngữ bị hiểu lầm nhiều nhất trong giao tiếp hằng ngày. Trong đàm thoại thông thường cũng như giao tiếp nơi công sở, người ta thường đánh đồng từ "cảm xúc" với những người có tính cách "nhạy cảm" để phân biệt họ với những người khác sống lý trí hoặc thực tế hơn. Từ "cảm xúc" trong trường hợp này gắn liền với những tính cách khó ưa như bốc đồng, dễ nổi nóng, nắng mưa thất thường, nhẹ dạ, hay tiền hậu bất nhất. Nó còn được dùng để chỉ vài người lập dị, hoặc thích mơ mộng "trên chín tầng mây", hoặc có thể im thin thít một cách đáng sợ suốt một thời gian dài. Trong khi thực tế là mỗi một con người trên Quả Đất này đều sở hữu "cảm xúc", và tất cả chúng ta đều có thể bị thúc giục, quấy rối, hoặc bị kích động về mặt cảm xúc bất kể tính cách chúng ta như thế nào.

Tất cả chúng ta đều phát sinh những "cảm nhận" hay "cảm giác" nhất định trong sinh hoạt và giao tiếp hằng ngày. Có những sự vật, sự việc, những ngôn từ hay hành động cụ thể có thể khiến chúng ta phá lên cười, bật khóc, căm ghét, ghi hận, đồng ý cho vay tiền, "cảm nắng" một ai đó, trở nên ghen tuông hoặc tò mò, hoặc châm ngòi cho những cuộc xung đột.

Những "cảm giác" và "cảm nhận" này là kết quả của những kinh nghiệm hoặc trải nghiệm quá khứ của bạn. Chúng khiến bạn luôn luôn bật ra những phản ứng chủ động hoặc bị động trong mọi tình huống của cuộc sống! Còn nếu quá khứ không phải là nguồn cơn những phản ứng xúc cảm của bạn, thì thủ phạm chính là những niềm hy vọng hoặc nỗi sợ hãi về tương lai, được dung chứa trong thái độ sống, những nhu cầu và hoạt động được tổng hòa trong cái tâm trí luôn bận rộn của bạn.

Những đặc điểm trên cũng ứng với những bạn bè, người thân, khách hàng, bệnh nhân và tất cả mọi người xung quanh bạn.

Trên đời này không có một người bình thường nào lại không có phản ứng xúc cảm trước những lời nói, hành động hoặc tình huống liên quan đến những trải nghiệm quá khứ hay mô thức cảm xúc của họ. Mô thức cảm xúc của mỗi người được thể hiện thông qua các hoạt động giao tiếp hằng ngày. Khi chúng ta phản ứng trước một điều gì đó, điều này đồng nghĩa với việc tâm trí của chúng ta đã bị thâm nhập thành công. Tất cả những hiệu ứng đám đông, hiện tượng xã hội hay truyền thông đại chúng, thực chất đều là kết quả của nhiều phản ứng xúc cảm từ cá nhân từng người hợp lại.

Ngay cả cách thức phản ứng của chúng ta cũng phong phú và đa dạng. Chúng ta có thể phản ứng một cách bất ngờ, dịu êm, sợ hãi, chắc chắn, vui vẻ hoặc lý sự... trước những sự vật hay sự việc cụ thể.

Bạn không thể tránh khỏi những phản ứng xúc cảm của chính mình dù là bạn đang làm một công việc nhạt nhẽo, đang ở nhà hay ở cơ quan, hoặc đang hẹn hò một ai đó.

"Em yêu anh," bạn thở dài mãn nguyện.

"Và anh cũng yêu em," người kia đáp lại, "nhưng anh vẫn ước giá như mẹ em không phải là một bà già xấu tính đến thế!"

"Cái gì?" Bạn lên giọng và la lớn dù lúc đó đã quá nửa đêm. "Anh nói mẹ tôi xấu tính ư? Làm sao mà... Này, cái gia đình đáng kính của anh không có ai tốt tính bằng một phần mẹ tôi đâu nhé!"

"Tốt tính à? TỐT TÍNH Ư! Bà ta bần tiện đến nỗi..."

Và thế là cuộc cãi vã bắt đầu long trời lở đất. Sau đó, cả hai người quay lưng vào nhau mà ngủ và không nói với nhau một lời nào suốt mấy ngày liền.

Chỉ cần một vài từ ngữ khơi dậy những phản ứng xúc cảm tiêu cực là đủ để thay đổi toàn bộ cảm xúc của một người. Trong mọi cuộc giao tiếp hằng ngày, chúng ta thấy rằng một sự Thôi Miên Cảm Xúc thích hợp và đúng lúc sẽ không chỉ thâm nhập tâm trí đối phương thành công mà còn giúp tạo ra phản ứng tích cực nơi đối phương. Còn nếu bạn không tạo được sự thôi miên hoặc đánh động phải những phản ứng xúc cảm tiêu cực, đối phương sẽ tiếp tục không chú ý hoặc sẽ có hành xử không mong muốn đối với bạn!

Nhiều bà vợ vô tình đánh động cảm xúc tiêu cực nơi chồng mình dù họ không cố ý. Và kể cả các đức ông chồng, những ông chủ công ty, bè bạn, dư luận, giới chính trị gia và các chuyên gia cũng mắc sai lầm tương tự.

Ngay cả giới bác sĩ cũng thừa nhận rằng rất nhiều bệnh nhân tìm đến họ với những triệu chứng không liên quan gì đến các bệnh lâm sàng cần được điều trị bằng phương pháp chuyên môn. Với những triệu chứng đó, bác sĩ chỉ cần dùng những lời lẽ thích hợp để trấn an là bệnh nhân sẽ tự khỏi bệnh. Nhưng trên thực tế, bao nhiêu bác sĩ được huấn luyện về kỹ năng sử dụng ngôn từ và Thuật Thôi Miên Cảm Xúc để có thể làm chủ những phản ứng của bệnh nhân và thuyết phục họ một cách hiệu quả nhất về bệnh tình?

Một khi hiểu biết thấu đáo về Thôi Miên Cảm Xúc, bạn sẽ có khả năng xui khiến tất cả mọi người phải lắng nghe mình. Để làm được điều đó, bạn phải thâm nhập được vào tâm trí của đối phương. Nhưng để cho quá trình thâm nhập thành công, bạn phải nhận diện được những "nhân tố gây chú ý" trong phần giao tiếp của mình và định hướng chúng một cách có chủ đích vào đối tượng mà bạn muốn tác động. Bạn phải luôn nhận diện được những cảm xúc và sắc thái ẩn sau những ý tưởng mà bạn muốn truyền đạt đến người kia!

Một gương mặt đẹp và một thân hình nóng bỏng có thể giúp bạn dễ dàng quyến rũ cánh mày râu; nhưng nếu bạn muốn cưới được một người trong số họ và chung sống hạnh phúc với anh ta đến răng long đầu bạc, thì chính sự Thôi Miên Cảm Xúc thích hợp trong ngôn từ và hành động của bạn mới là yếu tố mang tính quyết định. Người ta thường nói, con đường ngắn nhất dẫn đến trái tim chàng chính là đi qua bao tử, nhưng trước đó bạn cần làm sao để thuyết phục được chàng đồng ý thưởng thức bữa ăn do mình chuẩn bị? Không phải người đàn ông nào cũng dễ dàng "chui đầu vào rọ", nếu bạn không đánh động được yếu tố Thôi

Miên Cảm Xúc thích hợp với chàng.

Những chủ đề hay cá nhân có quan điểm khác nhau ảnh hưởng đáng kể đến tác dụng của sự Thôi Miên Cảm Xúc. Kể cả những thẩm phán công bằng nhất thế gian cũng cần những lý do cảm xúc để lắng nghe và phán xét. Bằng không, họ sẽ giữ khư khư những quan điểm vốn có của mình và không dễ bị thuyết phục.

Quy luật này thể hiện rõ trong nhiều vụ tranh chấp, kiện tụng khó phân xử mà ngay đến những luật sư chuyên nghiệp cũng phải ngao ngán. Sau đây là một câu chuyện xảy ra ở bang Ohio: Thân chủ của một vị luật sư nọ khởi kiện biên tập viên một tờ báo về tội phỉ báng và bôi nhọ danh dự ông ta. Trong suốt quá trình xử án, vị luật sư này cố tình phát âm kéo dài từ "phỉ báng" thành "PHỈIIIII BÁNG" một cách quê mùa. Ông ta liên tục nhấn mạnh hành động "PHỈIIIII BÁNG" của tay biên tập viên đối với thân chủ của mình trước tòa. Ngay cả trong quá trình trao đổi với hội đồng xét xử, ông ta cũng tiếp tục phát âm khó nghe kiểu đó!

Và cuối cùng, ông ta thắng kiện.

Sau khi buổi xử án kết thúc, một luật sư khác hỏi ông ta, sao lại liên tục phát âm kỳ cục như thế. Ông ta cười khẩy: "Từ 'phỉ báng' bình thường nghe yếu ớt quá. Nó nghe rất tầm thường, dễ trôi tuột từ tai này ra tai kia và rơi vào quên lãng. Khi tôi nhấn mạnh 'PHỈIIIII BÁNG', nó nghe có vẻ xấu xa và nghiêm trọng hơn, đúng chứ?"

Vị luật sư này được biết là thân chủ của mình quyết theo đuổi vụ kiện đến cùng, chưa kể những thành viên trong hội đồng xét xử cũng đều là những người rất công tâm. Ông ta cảm thấy rằng họ sẽ dễ bị thuyết phục hơn nếu tính chất xấu xa và nghiêm trọng của hành động phỉ báng được nhấn mạnh đến mức sống động như thật!

Quả thật, cả hội đồng xét xử bị đánh động. Tâm trí của họ bị thâm nhập thành công và mọi chuyện trở nên dễ dàng hơn với vị luật sư nọ.

Để có thể sử dụng thuật Thôi Miên Cảm Xúc nhằm thâm nhập tâm trí đối phương một cách thuần thục, bạn cần phải khéo léo cấy được chủ đề mình muốn nói vào tâm trí của người nghe về mặt cảm xúc. Nếu bạn không tìm được một mối liên hệ về mặt cảm xúc nào giữa người nghe và chủ đề mình muốn truyền đạt, bạn sẽ không thể nào đánh động được họ, và họ sẽ chẳng có lý do

gì để lắng nghe bạn.

Khi đó, bạn không thể thuyết phục người nghe làm gì cả.

Điều gì khiến họ muốn lắng nghe bạn? Đó chính là những phản ứng xúc cảm mang tính cá nhân của họ đối với những điều họ muốn nghe hoặc những thứ họ sợ phải nghe.

Những phản ứng đó được gọi là những "nhân tố gây chú ý" - những nhân tố có thể khiến cho một người hồi đáp một cách tích cực những lời nói và hành động của bạn. Liệu những "nhân tố gây chú ý" này có thể phù hợp với một người, một sự vật hay tình huống bất kỳ? Câu trả lời: Hoàn toàn có thể, nếu bạn áp dụng Thuật Thôi Miên Cảm Xúc.

Chương 2

PHƯƠNG PHÁP THÔI MIÊN CẢM XÚC - CÔNG THỨC CHUNG VÀ DUY NHẤT CỦA MỌI CUỘC GIAO TIẾP THÀNH CÔNG

Thôi Miên Cảm Xúc là một kỹ thuật giao tiếp giúp bạn thấu hiểu bản thân mình hơn, từ đó kiểm soát và làm chủ được những phản hồi của người khác đối với mọi hành động và ngôn từ của bạn.

Kỹ thuật này là kết quả hơn mười bảy năm nghiên cứu và thử nghiệm, với hàng nghìn đối tượng nghiên cứu thuộc đủ mọi lứa tuổi và nghề nghiệp. Các cuộc thử nghiệm được thực hiện với cả nhóm và cá nhân. Tổng hợp từ vô số những nhân tố gây xao nhãng tâm trí của các đối tượng nghiên cứu, chúng tôi đã tổng kết được Bốn điểm Thôi Miên Cảm Xúc chung nhất - hay còn được gọi là các Tử Huyệt Cảm Xúc - có khả năng gây sự chú ý và khuấy động tâm trí của bất kỳ ai trong mọi trường hợp. Thông qua những Tử Huyệt Cảm Xúc này, bạn có thể vận dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc trong mọi tình huống giao tiếp cần đến những ngôn từ và hành động thích hợp để đạt kết quả mong muốn.

Với kỹ thuật này, bạn có thể Thôi Miên Cảm Xúc người khác một cách có chủ đích và không phải phụ thuộc vào sự tình cờ hay may rủi.

Phần lớn con người chúng ta ít khi suy nghĩ nhiều trong giao tiếp hằng ngày; chúng ta thường bị đưa đẩy bởi cảm xúc và cảm nhận nhiều hơn là phân tích lý trí! Chính những cảm xúc hay cảm nhận

này vừa kích thích lại vừa kìm hãm giao tiếp.

Do vậy, để giao tiếp thành công, bạn có nhiệm vụ sử dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc để xuyên thấu những cảm nhận và cảm xúc đó, bằng cách đánh trúng Tử Huyệt Cảm Xúc của đối phương với những ngôn từ hoặc hành động chính xác. Khi đó, bạn sẽ làm cho họ phải lắng nghe mình. Đây chính là mẫu thức chung của mọi mối quan hệ thành công, là chiếc chìa khóa giúp bạn mở ra một cuộc sống tốt đẹp và thành đạt hơn!

Ba nguyên tắc chủ đạo của Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc:

1. Tất cả mọi người đều BẬN RỘN.

2. CHỦ ĐỀ GIAO TIẾP tác động được đến ĐỐI PHƯƠNG khi và chỉ khi điểm Thôi Miên Cảm Xúc thích hợp có khả năng thâm nhập tâm trí đối phương được kích hoạt.

3. Điểm Thôi Miên Cảm Xúc thích hợp của mỗi người luôn nằm đâu đó trong "Bộ Tứ Quyền Lực trong Tử Huyệt Cảm Xúc":

• Tử Huyệt Bản Thân

• Tử Huyệt Tiền Bạc

• Tử Huyệt Tình Yêu

• Tử Huyệt Danh Tiếng

Trong tiếng Anh, cụm từ "Bộ Tứ Tử Huyệt" đã được sử dụng trong một thời gian dài, trở nên phổ biến và dễ nhớ. Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc quyết định lằn ranh mong manh giữa "thành công hoặc thất bại" cũng như tính sống còn của mọi cuộc giao tiếp giữa con người với con người. Bất chấp mức độ phức tạp của cuộc giao tiếp, điểm Thôi Miên Cảm Xúc của mỗi người không bao giờ nằm ngoài Bộ Tứ Tử Huyệt gồm Bản Thân, Tiền Bạc, Tình Yêu và Danh Tiếng.

Cách duy nhất để bạn khiến cho đối phương hoặc đám đông khán giả phải lắng nghe mình chính là cung cấp một lý do đủ lớn để họ làm việc đó. Và bạn sẽ không bao giờ tìm ra lý do này nếu không xác định được ít nhất một trong bốn Tử Huyệt có thể liên kết những gì bạn nói với những cảm nhận và cảm xúc của người nghe. Một khi bạn không thể làm cho những người này hướng sự chú ý về phía bạn, họ sẽ tiếp tục rong chơi trong tâm trí của mình và lắng nghe bản thân họ chứ không phải bạn!

Toàn bộ Bộ Tứ Quyền Lực trong Tử Huyệt Cảm Xúc trên đều hiện hữu trong mỗi người chúng ta, trong mọi chủ đề và đối tượng, trong mọi cá nhân và tập thể. Chúng là những bản năng bẩm sinh của con người, và bạn không thể chống lại hay tống khứ chúng đi.

Trong mỗi tình huống nhất định, sẽ có một Tử Huyệt Cảm Xúc trội hơn những cái còn lại và trở thành lý do vì sao đối phương hoặc khán giả phải lắng nghe hoặc nể sợ bạn! Đôi khi Tử Huyệt này có mối liên hệ phần nào với Tử Huyệt khác, nhưng điều chắc chắn là rất hiếm khi xảy ra trường hợp có nhiều hơn hai Tử Huyệt nổi trội một lúc gắn kết diễn giả và khán giả, nhà văn và độc giả hoặc người nói và người nghe.

Thêm một quy luật tối quan trọng nữa là, bạn có thể xui khiến người khác lắng nghe mình khi và chỉ khi bản thân bạn cũng phải là một người biết lắng nghe. Trong cuộc sống có quá nhiều thứ khiến cho tâm trí chúng ta bận rộn và rối bời, một chuyên gia giao tiếp hay thuyết phục giỏi phải có khả năng lắng nghe người khác chân thành thì mới có thể khám phá, nhận diện và thấu hiểu những nỗi lo toan, bận rộn của người khác.

Cứ thử quan sát cuộc sống cũng như mọi hoạt động giao tiếp xung quanh mình một cách có ý thức, bạn sẽ nhận thấy quyền năng và tầm ảnh hưởng của Bộ Tứ Quyền Lực trong Tử Huyệt Cảm Xúc đối với sự thành đạt của con người rõ ràng như thế nào. Việc ứng dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc vào cuộc sống sẽ dần dần cải thiện và nâng tầm tính cách, kỹ năng thuyết phục, sức khỏe và phong thái của bạn một cách đáng kể theo thời gian. Khả năng tưởng tượng và quyền năng sáng tạo của bạn sẽ được giải phóng, động lực thành công của bạn sẽ được khai thông, và bạn sẽ trở thành con người tuyệt diệu mà mình hằng ao ước!

Ba loại liên kết then chốt trong Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc

Tôi sẽ giúp bạn tổng kết lại ba mối liên kết quan trọng trong Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc bằng sơ đồ sau:

MỐI QUAN HỆ GIỮA CHỦ ĐỀ GIAO TIẾP
VÀ ĐỐI TƯỢNG LẮNG NGHE

BỘ TỨ QUYỀN LỰC TRONG TỬ HUYỆT CẢM XÚC

- Bản Thân
- Tình Yêu
- Tiền Bạc
- Danh Tiếng

Một khi áp dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, chúng ta sẽ nhận ra được sự khác biệt lớn giữa việc cố gắng giao tiếp một cách khiên cưỡng và giao tiếp thành công một cách tự nhiên. Sự khác biệt đó chính là việc bạn có chọn ra được những Tử Huyệt Cảm Xúc thích hợp hay không. Bạn thậm chí có thể áp dụng điều này để tự bảo vệ bản thân, tài sản hoặc cứu mạng chính mình trong những tình huống nguy hiểm!

Sau khi kết thúc phần trình diễn của mình trong một chương trình truyền hình ở New York, quý ông R. đi tàu điện ngầm để đến bãi đỗ xe. Ông lái ô tô qua phố Bowery để về nhà.

Lúc đó đã là 9 giờ tối, phố Bowery vắng vẻ không một bóng người.

Khi ông R. giảm tốc độ và tiến đến một ngã tư có đèn giao thông, ông nhìn thấy một gã đàn ông cao to với bộ dạng bặm trợn bất thình lình xuất hiện trong màn đêm và tiến gần đến phía bên trái xe. Ngay lúc đó, tín hiệu giao thông chuyển sang đèn đỏ. Ông R. buộc lòng phải dừng lại.

Gã đàn ông lạ mặt dùng hai bàn tay to kềnh của mình nắm chặt lấy cửa xe ngay bên tay lái của ông R., và ông có thể nghe thấy giọng nói ngạo nghễ của hắn ta: “Chú mày nghĩ sao nếu tao xin vài đồng để kiếm chút cháo? Cả buổi tối hôm nay tao chưa có gì bỏ bụng cả.”

Giọng nói của hắn nghe rất đáng sợ; còn xung quanh thì vắng như chùa Bà Đanh - điều kiện hết sức thuận lợi cho một vụ cướp. Tên

này mà thò tay vào được bóp tiền của ông R. thì ông chỉ có nước bó tay. Tuy nhiên, ông R. đã bình tĩnh chọn cách sử dụng thứ vũ khí cá nhân lợi hại nhất của mình - Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc bằng ngôn từ!

Không thèm quay sang nhìn tên trộm, ông R. vẫn nhìn thẳng con đường phía trước và hét lớn: "Thưa chỉ huy, tôi phải tập trung đuổi theo chiếc xe phía trước. Tôi đang làm nhiệm vụ, vậy nhé!"

Gã lạ mặt biến ngay lập tức!

Câu nói "Tôi đang làm nhiệm vụ" khiến hắn ta sợ hãi còn hơn cả ông R. sợ hắn.

Gã nghe thấy cụm từ đó. Chúng đã thâm nhập tâm trí của gã ngay lập tức và khiến gã phải hành động ngay!

Giống như hầu hết những tên tội phạm khác, gã không muốn bị bắt và rất sợ dính dáng đến cảnh sát. Câu nói dõng dạc của ông R. với ý chỉ rằng ông cũng là một cảnh sát đã tạo nên một hiệu ứng cảm xúc mãnh liệt trong gã, đến nỗi gã còn lầm bầm một câu xin lỗi trước khi bỏ chạy vào bóng tối!

Trong những phần kế tiếp của cuốn sách, chúng ta sẽ hiểu hơn về vai trò của Tử Huyệt Bản Thân trong việc khiến cho tên cướp hụt đó phải lắng nghe và thay đổi ý định ngay lập tức. Có thể ý định đi cướp của hắn xuất phát từ động cơ Tiền Bạc, nhưng cuối cùng, nỗi sợ bị bắt bỏ tù (thuộc động cơ Bản Thân) lại gây hiệu ứng cảm xúc mạnh mẽ hơn quyết tâm ăn cướp của hắn.

Trong tình huống này, cũng như mọi tình huống khác của cuộc sống, luôn luôn hàm chứa một nhân tố gây chú ý chủ đạo mà bạn phải tìm ra được để chiếm ưu thế. Nó luôn hiện hữu trong mọi sự tương tác, nhưng bạn phải làm thế nào để phát hiện ra nó kịp thời?

Với Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, mọi chuyện đều có thể.

Một học viên cũ của tôi từng nhiều năm làm công việc quản lý các hoạt động trại hè thiếu nhi. Những người quản lý và trưởng nhóm hướng đạo sinh ở đây thường được chọn lựa và đề bạt dựa trên tiêu chí về kinh nghiệm cá nhân và những thành tích nhất định trong các hoạt động đoàn đội.

Trong một trại hè nọ, cậu quản lý này kể tôi nghe về Charlie, một trưởng nhóm hướng đạo sinh. Charlie được bình chọn là cầu thủ

bóng chày xuất sắc nhất trong các trường đại học ở Mỹ. Tất cả các cậu bé trong trại đều thích mê những buổi hướng dẫn chơi bóng chày của Charlie và thường tụ họp để bàn tán sôi nổi về tài năng và danh tiếng của cậu ấy, trừ một em tên Ronnie.

Ronnie là một hướng đạo sinh khá giỏi trong trại. Em có thành tích xuất sắc trong mọi hoạt động, trừ bóng chày. Dù đã cố gắng hết sức, Charlie vẫn lực bất tòng tâm trong việc làm cho cậu bé tiến bộ hơn với môn này.

'Tôi không biết làm thế nào để em ấy hứng thú," anh ta than phiền với học viên cũ của tôi.

"Ronnie không thích nghe tôi nói. Em ấy cứ ngó lơ, vênh váo và kích động những cậu bé khác tẩy chay tôi. Tôi xin phép anh loại em ấy ra khỏi lớp bóng chày, nếu không em ấy sẽ tiếp tục đầu têu và làm hư những bạn khác mất thôi."

Sau bữa trưa hôm đó, viên quản lý cho gọi Ronnie vào phòng làm việc của mình.

"Chuyện gì xảy ra với em vậy?" Người quản lý hỏi.

"Thầy thấy em học rất tốt với những thầy cô khác, chỉ trừ Charlie. Em thừa biết thầy ấy là một trong những cầu thủ bóng chày tài năng nhất của các trường đại học mà. Sao em không nghĩ rằng mình có thể học hỏi được rất nhiều điều hay từ Charlie?"

"Ôi không thầy ơi!" Ronnie đáp. "Em chẳng học được gì cả!"

"Tại sao?"

Cậu bé mười ba tuổi đứng thẳng người với tư thế chống nạnh và trả lời một cách chắc nịch: "Một tín đồ của đội Giant thì làm sao có thể dạy dỗ một người hâm mộ của đội Dodger được?"

Sau đó, viên quản lý có một buổi nói chuyện riêng với Charlie.

Sáng hôm sau, trong tiết học bóng chày, Charlie nói với đội của Ronnie: "Các em đều biết là tôi hâm mộ đội Giant. Các em cũng biết là đội Giant và đội Dodger có một mối thù truyền kiếp và không đội trời chung trong các giải vô địch bóng chày. Tuy nhiên, dù là một người hâm mộ Giant đi nữa, tôi vẫn phải thừa nhận rằng đội Dodger có nhiều kỹ thuật sở trường hay hơn nhiều so với Giant trên sân đấu. Điển hình là kỹ thuật ném bóng và phòng ngự kép..."

Ronnie hào hứng ngay lập tức. Lần đầu tiên cậu bé muốn được nghe Charlie chia sẻ nhiều hơn. Sau đó, Charlie và Ronnie trải qua những ngày sinh hoạt trại hè như những người bạn thân thiết, và khả năng chơi bóng chày của Ronnie tiến bộ rõ rệt.

Như chúng ta đã thấy, có một lý do cảm xúc lấp đầy tâm trí của Ronnie khiến cậu không muốn đội trời chung với Charlie. Khi rào cản này được phá bỏ bằng những từ ngữ đánh động Tử Huyệt Danh Tiếng - cũng chính là điểm Thôi Miên Cảm Xúc nổi trội của Ronnie, cậu bé ngay lập tức lắng nghe và thuận theo.

Viên quản lý trại hè kiêm học viên cũ của tôi đã dành rất nhiều thời gian quan sát những hành vi và cách giao tiếp của Ronnie. Kết quả cho thấy động lực lớn nhất của cậu bé khi làm bất kỳ điều gì hoặc khi lắng nghe người khác chính là để được mọi người công nhận - một yếu tố thuộc phạm trù Danh Tiếng!

Vào mùa bóng nọ, khu vực khán đài sân vận động của đội Yankee chật kín người. Trận đấu hấp dẫn đến nỗi nhiều cổ động viên nửa đứng nửa ngồi trên ghế, nhiều người thậm chí còn tràn ra cả lối đi và các bậc cầu thang để xem cho rõ. Ngay trước lúc cao trào của trận đấu, một anh chàng bán hàng rong mặc áo màu trắng cố gắng xuyên qua đám đông nhằm tiến đến khu vực cầu thang để bán hàng thuận tiện hơn.

Không người nào chịu nhường lối cho cậu ta đi cả.

Anh bán hàng rong giữ chặt chiếc giỏ hàng và la lớn: “Làm ơn cho tôi đi qua!”

Không một người nào di chuyển dù chỉ là một chút, thế là anh chàng tiếp tục hét lớn: “Nước sôi, nước sôi đây! Cẩn thận kẻo bỏng. Cho tôi đi qua nào!”

Vẫn chẳng có ai tránh đường cho cậu ta di chuyển. Sau vài lần gào thét, anh bán hàng rong bỏ cuộc và đành phải rời khỏi chỗ đó để tìm lối đi khác dẫn đến khu vực cầu thang.

Một cổ động viên nọ đã quan sát sự việc từ đầu đến đuôi. Ông này bèn gọi anh bán hàng rong lại và thì thầm vào tai anh vài điều. Sau đó, anh bán hàng nhún vai với vẻ mặt vui mừng và quay trở lại đám đông ban nãy. Lần này, anh băng băng tiến tới, tay nắm chặt giỏ hàng và la lớn:

“MÙ TẠC ĐÂY! Làm ơn cho tôi đi qua. NẾU KHÔNG MÙ TẠC RƠI BẨN ÁO BÂY GIỜ!”

Ngay lập tức, những ai nghe thấy câu đó đều hoảng hốt vì tâm trí của họ đã được thâm nhập thành công vào đúng nơi và đúng thời điểm. Họ ngay lập tức nhường lối cho anh bán hàng rong đi qua. Bạn thấy đấy, mặc dù đám đông khán giả đang bận tận hưởng trận đấu - một thú vui hấp dẫn thuộc phạm trù Bản Thân, họ vẫn là những sinh vật đầy ắp những cảm xúc khác nhau. Ban đầu, anh bán hàng rong dọa "nước sôi", ám chỉ rủi ro bị bỏng. Đây cũng là một yếu tố thuộc về sự an toàn Bản Thân, nhưng nó lại không phải là Tử Huyệt chủ đạo của khán giả ở nơi đó và tại thời điểm đó.

Sự việc xảy ra ở sân vận động Yankee, nơi có rất nhiều xúc xích được bày bán. "Mù tạc" là một từ đáng sợ trong hoàn cảnh đó, vì nó đồng nghĩa với nguy cơ quần áo bị bẩn không tẩy rửa được, chi phí giặt ủi tốn kém và nỗi sợ phải mang bộ dạng hôi hám, dơ bẩn trước mặt thiên hạ nếu mù tạc rơi vào người. Câu chuyện đã rõ. Tử Huyệt Danh Tiếng (sợ bẩn quần áo) chính là điểm Thôi Miên Cảm Xúc chủ đạo của đám đông khán giả này, với một chút liên quan đến Tiền Bạc (chi phí giặt ủi). Chỉ cần bị đánh trúng Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo, hàng trăm người tự nguyện nhường lối cho anh bán hàng rong hiên ngang đi qua.

Một khi ngôn từ được thốt ra thì đối tượng sẽ có phản ứng, hoặc không!

Chỉ một hay một vài từ ngữ đơn giản nhưng chính xác vẫn dư sức tạo nên hiệu ứng vô song về mặt ý nghĩa. Chúng có thể gây nên cả một cơn bùng nổ cảm xúc liên hoàn không thua gì bom nguyên tử!

Trong khi đó, vài lời hay ý đẹp được kết hợp chuẩn xác với giọng nói và hành động phù hợp sẽ giúp khởi đầu một mối quan hệ lãng mạn và khiến cho trái tim chúng ta loạn nhịp. Những từ ngữ tiêu cực chính là nguồn cơn của mọi phiền muộn, hoài nghi và đau khổ. Trái lại, chỉ cần vài ngôn từ tích cực là có thể vực dậy cả một tinh thần đang xuống dốc, giúp chúng ta tự tin hơn, dũng cảm, trung thành và tử tế hơn. Ngôn từ âu yếm, dịu dàng giúp khơi dậy tình yêu. Những lời nói dè bỉu, chê bai có thể là những giọt nước làm tràn ly, gây ra những phản ứng giận dữ và chống đối. Nói năng thiếu suy nghĩ tất yếu dẫn đến nghi ngờ và thù hận.

Bạn đã nói chuyện với mọi người như thế nào trong ngày hôm nay?

Những lời nói của bạn có khiến cho họ khóc, cười, hy vọng, lo âu,

hoài nghi, hoặc ưa thích, xem thường, tránh xa bạn hơn không? Hay họ chẳng có phản ứng gì cả?

Nghĩ đi nào!

Những lời nói và ngôn từ mà bạn đã thốt ra ngày hôm nay có hiệu quả hay chưa? Bạn có khơi dậy được những phản hồi như ý muốn từ đối phương bằng cách nắm bắt chính xác Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của họ?

Bạn hoàn toàn có thể. Thành công của bạn không phụ thuộc vào việc bạn có chọn đúng đối tượng hay không. Bài học quan trọng ở đây là, mỗi một con người và mỗi một nhóm người đều sẵn sàng dỏng tai lắng nghe bạn một cách chăm chú một khi bạn khai phá được hiệu quả của Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc. Với nó, bạn có thể tìm được đúng Tử Huyệt Cảm Xúc của người nghe trong bất kỳ hoàn cảnh hay tình huống nào.

Bất kể bạn là ai đi chăng nữa, bạn sẽ chẳng làm nên cơm cháo gì nếu không thể xui khiến một người nào đó làm điều gì đó cho bạn. Điều gì đó ở đây là một phản ứng xúc cảm đối với ngôn từ và hành động của bạn trong một lần hoặc nhiều lần với một hoặc vài Tử Huyệt Cảm Xúc thuộc Bộ Tứ. Bạn không chỉ phải làm được điều này một lần, mà là vô số lần trong suốt cuộc đời mình.

Về bản chất, người thành đạt là người biết vận dụng khéo léo những ngôn từ và hành động của chính mình để tự chúng đưa anh ta đến những đỉnh cao mà bản thân mong muốn! Chúng giúp anh ta đạt được những mục tiêu của mình thông qua những sự Thôi Miên Cảm Xúc hiệu quả, thâm nhập tâm trí thành công và tạo nên nhiều phản ứng tích cực từ những người khác xung quanh anh ta.

Điều này đúng cả trong những hội ngồi lê đôi mách.

“Cô ta vừa không xinh đẹp lại chẳng có gì hay ho, vậy mà lại cưới được ông chồng đại gia hoành tráng thế kia!”

Hay:

“Hắn ta từng nghèo rớt mồng tơi, lại chẳng quen biết ai ra hồn. Vậy mà bây giờ hắn đang là chủ doanh nghiệp lớn kia kìa!”

Hoặc:

“Con bé này hồi nhỏ cứ đi thi là bị loại ngay từ vòng gửi xe. Vậy mà

bây giờ nó trở thành ngôi sao truyền hình mới ghê chứ!"

Một cựu học viên của tôi cũng khởi nghiệp từ con số 0 theo đúng nghĩa đen. Cậu ta được sinh ra trong một gia đình nghèo thuộc một thị trấn kém phát triển. Cậu ta ít học, không có lấy một mối quan hệ nào ra hồn mà còn mắc phải tật nói ngọng. Nhưng cậu đã có một cuộc sống thú vị và thành công chỉ nhờ vào biệt tài Thôi Miên Cảm Xúc mọi người. Những ai đã từng gặp cậu ta dù chỉ một lần đều luôn có cảm giác như đã biết cậu ta từ thuở nào, thân thiết đến độ họ liên tục mời cậu tham gia những sự kiện trọng đại hoặc đến những nơi chốn thú vị.

Bí kíp của anh chàng này nằm ở một câu nói mà cậu ta không ngần ngại thốt ra những khi thấy phù hợp:

"Tôi rất hân hạnh được làm quen với anh. Dù tôi chỉ mới vừa biết anh, nhưng tôi chắc chắn rằng anh hẳn là con người thú vị nhất mà tôi từng gặp."

Những người kia hiển nhiên là dâng trào cảm xúc mỗi khi nghe câu nói đó, và họ khao khát được gặp lại cậu học viên cũ của tôi lần nữa.

Theo thời gian, số lượng những mối quan hệ của cậu ta cứ tăng dần, và sự nghiệp của cậu cũng thăng hoa từ đó.

Vào một ngày Chủ nhật nọ, anh cựu học viên này của tôi đến tham dự một buổi hòa nhạc cùng với một người bạn. Khi người bạn kia nói rằng mình không thích chương trình hòa nhạc này, cậu ta nhớ ngay ra bài học đã được lĩnh hội về Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc. Khi hai người họ chia tay ra về, cậu ta nói ngay với người bạn đi cùng:

"Hẳn là buổi hòa nhạc này đã không được như chúng ta mong đợi. Nhưng những chuyến du lịch thú vị vừa rồi của anh ở Canada mà anh kể tôi nghe sẽ khiến tôi lâng lâng cả tháng cho mà xem. Nhờ có anh mà tôi vừa được trải qua một trong những buổi tối Chủ nhật tuyệt vời nhất đời mình!"

Kỳ thực, toàn bộ câu nói trên chỉ là một cách nói khác của "Cảm ơn anh vì buổi tối ngày hôm nay!" Nhưng anh cựu học viên của tôi đã khéo léo lồng ghép một điểm Thôi Miên Cảm Xúc đánh vào Tử Huyệt Danh Tiếng của người nghe và khiến người đó cảm mến mình. Hãy nhớ, hầu như tất cả chúng ta - trong tận đáy lòng - đều khao khát được mọi người công nhận và ngưỡng mộ trong mọi việc.

Nhìn chung, "Cảm ơn" là một trong những từ ngữ có quyền năng Thôi Miên Cảm Xúc mạnh nhất trong giao tiếp hằng ngày, từ các giao dịch bán buôn cho đến những cuộc chuyện trò cá nhân. Phần lớn chúng ta đều mong muốn được người khác cảm ơn và thừa nhận công sức từ những việc nhỏ nhất.

Trong một dãy phố ở Chicago, có hai sạp báo cách nhau chỉ mười bốn thước và cùng bán những loại báo và tạp chí giống nhau. Người chủ của sạp báo thứ nhất rất kiên nhẫn và chịu khó; ông nhiệt tình nói "Cảm ơn" với bất kỳ ai đến mua báo, kể cả trong những lúc cao điểm hoặc đông khách nhất. Còn người bán báo kia thì chỉ lạnh lùng hô "Người kế tiếp!" hoặc "Anh/chị muốn đọc gì?"

Suốt gần một năm, nhờ câu "Cảm ơn" mà mỗi ngày, người bán báo thứ nhất đạt được doanh số gấp bốn lần so với người thứ hai dù cả hai người có lượng khách hàng tiềm năng tương đương nhau. Người đi đường sẵn sàng đi bộ thêm mười bốn thước nữa - kể cả khi họ đang vội - chỉ để được nghe tiếng "Cảm ơn" từ người bán báo thứ nhất!

Ở thành phố New York, các sạp báo lại dùng một cách khác để Thôi Miên Cảm Xúc khách hàng. Thay vì thối tiền dư cho khách bằng xu lẻ, họ thay thế chúng bằng những đồng xu được dùng làm vé đi tàu điện ngầm có giá trị tương đương. Nhiều khách bộ hành sẵn sàng mua báo để được nhận những đồng xu đó một cách nhanh chóng thay vì mất thời gian đứng xếp hàng dài mòn mỏi ở các quầy vé đi tàu điện ngầm để mua chúng. Do vậy, sáng kiến của những người bán báo không chỉ giúp khách đi tàu điện ngầm tiết kiệm được thời gian và sức khỏe, mà còn giúp cả những người bán vé tàu không phải mất công đổi tiền lẻ để thối lại cho khách. Đây đều là những lợi ích thuộc phạm trù Bản Thân!

Đôi khi, sự khác biệt giữa việc chọn nhầm điểm Thôi Miên Cảm Xúc gây thất bại và việc tác động đúng Tử Huyệt dẫn đến thành công chỉ đơn thuần là cách sắp xếp từ ngữ.

Một vị giáo sĩ từng kể tôi nghe câu chuyện về hai anh chàng mục sư là bạn thân của nhau. Cả hai đều nghiện thuốc lá nặng. Mỗi người họ phải viết đơn xin phép gửi cha xứ. Một trong hai người viết là:

"Liệu con có thể hút thuốc trong khi cầu nguyện?"

Cha xứ không đồng ý. Anh chàng còn lại viết:

"Liệu con có thể cầu nguyện trong khi hút thuốc?"

Cha xứ cho phép ngay!

Quyền năng cảm xúc bao trùm cuộc sống của chúng ta mạnh mẽ đến nỗi chúng ta thường xuyên nghe, nhìn, nói, và làm bất kỳ điều gì khiến bản thân mình vui mà không mảy may dừng lại nghĩ xem vì sao chúng ta lại nghe, nhìn, nói, và làm những việc đó.

Nếu một bộ comple hay một chiếc đầm giúp chúng ta "cảm thấy" mình trông như một tỷ phú hay bà hoàng, chúng ta yêu ngay những bộ cánh đó và không còn quan tâm đến chất lượng hay giá cả của chúng đắt rẻ ra sao. Ngay lúc đó, kể cả khi có một bộ cánh khác rẻ hơn, có chất lượng tốt hơn nhưng lại không cho chúng ta cái cảm giác huy hoàng đó, chúng ta cũng chẳng thèm đếm xỉa đến nó.

"Tôi nghĩ mình không có thành kiến với màu sắc, cũng chẳng phân biệt đẳng cấp giàu nghèo sang hèn," Mark Twain từng nói. "Điều duy nhất tôi quan tâm là con người thì vẫn luôn là con người. Thế là đủ, vì anh ta không phải thứ gì khác tệ hơn!"

Mark Twain đã đúng.

Con người luôn muốn nhìn thấy hoặc nghe thấy những gì tác động lên họ về mặt cảm xúc.

Điều này luôn đúng bất kể bạn muốn tác động một người, hai người, ba người, ba mươi nghìn người hay thậm chí ba mươi triệu người.

Anh chàng Redmond O'Hanlon đến từ Sở Cảnh sát New York sẽ chứng minh cho bạn thấy quy luật trên lợi hại thế nào. Anh là một trong những người chơi đầu tiên của trò chơi truyền hình "Ai là triệu phú" lúc bấy giờ. Nhờ trả lời được câu hỏi về văn hào William Shakespeare, anh giành được 16.000 đô la. Trong kỳ phát sóng tuần kế tiếp, anh phải quay trở lại để trả lời trước người dẫn chương trình và khán giả rằng mình có ở lại chơi tiếp hay không, để có cơ hội giành lấy 32.000 đô la ở câu hỏi kế tiếp.

Nhiều tờ báo và giới truyền thông khắp nước Mỹ liên tục đưa tin và cập nhật hình ảnh về viên cảnh sát O'Hanlon. Người dân xôn xao bàn tán về anh - người hiện là cha của năm đứa trẻ, sống bằng đồng lương ba cọc ba đồng của nghề cảnh sát. Anh sẽ mất trắng giải thưởng đang có nếu trả lời sai câu hỏi có trị giá 32.000 đô la. Liệu anh ta sẽ chọn phương án an toàn, dừng cuộc chơi và mang về số tiền thưởng 16.000 đô la, hay chơi tiếp để có cơ hội sở hữu

32.000 đô?

Câu chuyện về O'Hanlon đánh động cảm xúc của hơn 30.000.000 người trên toàn nước Mỹ lúc bấy giờ. Dù mỗi người dân là một cá thể khác nhau, nhưng tất cả họ đều quan tâm đến sự kiện, một phần vì cảm xúc Bản Thân của họ được đánh động, số khác vì Tiền Bạc, một số người lại quan tâm đến những khía cạnh Tình Yêu và gia đình trong câu chuyện, và cũng có nhiều người theo dõi vì Danh Tiếng. Chính những phản ứng đông đảo và mạnh mẽ này đã khiến cho buổi phát sóng hôm đó của trò chơi truyền hình "Ai là triệu phú" trở thành chương trình ti vi có lượt người xem cao nhất nước Mỹ lúc bấy giờ.

O'Hanlon thừa biết rằng hàng triệu người dân Mỹ đang mong anh ngừng cuộc chơi để bảo toàn số tiền thưởng, còn hàng triệu người khác muốn anh chơi tiếp để có cơ hội giành giải thưởng cao hơn. Và anh đã có một câu trả lời khôn ngoan:

"Một mặt, tôi tự nhận mình là một người tự nghiên cứu, học hỏi và hâm mộ Shakespeare. Vì thế, tôi rất háo hức muốn biết cảm giác chiến thắng với giải thưởng lớn hơn sẽ như thế nào, và điều này thực sự khiến tôi muốn chơi tiếp. Nhưng mặt khác, tôi chỉ là một viên cảnh sát bình thường, đang sống cùng năm đứa con dễ thương và một người vợ tuyệt vời trong một căn nhà trả góp bằng đồng lương viên chức. Vì lý do này, tôi quyết định dừng cuộc chơi tại đây và mang về giải thưởng 16.000 đô la."

Gần như tất cả mọi người theo dõi chương trình đều ủng hộ quyết định của O'Hanlon, kể cả những người trước đó đã hy vọng anh chơi tiếp!

Vài năm sau đó, vào thời kỳ mà các chương trình trò chơi truyền hình bắt đầu giảm sức hút và lắm tai tiếng vì có quá nhiều người chơi thắng giải trên 100.000 đô la, câu trả lời chân thành của viên cảnh sát O'Hanlon vẫn được nhớ đến và lưu truyền trong tâm trí người dân như một tấm gương về lòng tự trọng!

Mỗi người chúng ta là một cá thể khác nhau với những mối quan tâm riêng biệt. Chúng ta có những quan điểm khác nhau về đủ thứ trên đời, từ thuốc lá, đàn ông, đàn bà, thời trang, mũ nón cho đến tình dục, xe cộ, phim ảnh, tôn giáo, bằng hữu, cà vạt và máy giặt.

Nhưng dù khác biệt cách mấy, tất cả chúng ta vẫn là con người. Đó chính là nguyên lý cơ bản nhất và là nguồn cội của Bộ Tứ Quyền

Lực trong Tử Huyệt Cảm Xúc của mỗi chúng ta. Những nhu cầu, động lực hay điểm yếu của chúng ta về Bản Thân, Tình Yêu, Tiền Bạc và Danh Tiếng cắm sâu bên trong bản năng của chúng ta đến nỗi chúng ta luôn hành động trước cả khi bộ não kịp suy nghĩ và nhận thức đúng, sai, lợi, hại. Chỉ cần những ngôn từ và hành động của chúng ta đánh động được cảm xúc của người khác, chúng ta sẽ có cơ hội lý tưởng để thuyết phục họ thuận theo mình, thậm chí khiến họ mở lòng chấp nhận tất tần tật những gì chúng ta nói một cách vô tư, không đắn đo.

Owen D. Young từng khuyên rằng:

"Người nào có khả năng đặt mình trong hoàn cảnh của người khác, thấu hiểu được những suy nghĩ, tâm tư của họ thì không cần phải lo lắng về bất kỳ điều gì của tương lai; vì người đó chắc chắn sẽ thành công."

Lời khuyên này đặc biệt đúng với phụ nữ thời nay - những người được trời ban cho sự nhạy cảm cao độ, đã và đang ngày càng khẳng định vị thế quan trọng của mình trong công sở cũng như trên thương trường.

Trong một khu dân cư ở bang Ohio nước Mỹ, có một cửa hàng bán đồ dùng học tập và văn phòng nọ đã đổi chủ đến bảy lần trong bốn năm. Mỗi người chủ đó đã đến đây, cố gắng thu hút và giữ chân khách hàng bằng đủ cách: các chương trình khuyến mãi, giảm giá và quà tặng liên tục, sắp xếp lại các tủ kính và kệ trưng bày thật bắt mắt. Nhưng tất cả vẫn thất bại trong việc tăng doanh số. Khách hàng vẫn thích đến mua ở một chuỗi cửa hàng bách hóa cách xa chỗ đó đến bốn trăm mét.

Người chủ thứ tám của cửa hàng dụng cụ học tập là một đôi vợ chồng. Người chồng là thương binh, gặp khó khăn trong việc giao tiếp. Người vợ nổi bật với nụ cười tỏa nắng và có khả năng nhớ tên tất cả khách đến mua hàng, bất kể đó là người mới hay khách quen. Cũng như những người chủ trước, những ngày đầu bán hàng của đôi vợ chồng này rất vắng khách. Nhưng chính câu chào của bà vợ đã dần dần tạo nên sự khác biệt. Đó không phải là một câu "Chào buổi sáng" vô hồn như chúng ta thường nghe. Đó là những câu chào khác nhau được dành riêng cho từng khách hàng như "Xin chào Julie!" hoặc "Buổi sáng tốt lành nhé ông Brown!" Bà ấy cá nhân hóa mối quan hệ của mình với từng khách hàng và ông chồng cũng bắt chước làm theo. Bất kỳ khách hàng nào đặt chân vào cửa tiệm của ông bà cũng cảm thấy mình được chào đón niềm nở và trở thành người quan trọng, mặc dù có thể họ chỉ đến đó để

mua vài thứ đồ lặt vặt hoặc dùng bốt điện thoại. Thế là tiếng lành đồn xa.

Trong câu chuyện trên, uy tín (thuộc phạm trù Danh Tiếng) và sự thuận tiện (thuộc phạm trù Bản Thân) đã Thôi Miên Cảm Xúc người mua tốt hơn so với việc giảm giá trong quá trình cải thiện dịch vụ của một cửa hàng nhỏ nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Cần nhớ, khách hàng cũng là con người. Hãy đánh động chính xác vào Tử Huyệt Cảm Xúc của họ, rồi họ sẽ trung thành với bạn mãi mãi!

Ngày nay, những nguyên tắc liên quan đến đối nhân xử thế, sản phẩm và dịch vụ càng lúc càng đồng nhất với nhau hơn. Mọi cuộc cạnh tranh trên thương trường cũng như trong cuộc sống thực chất đều là những cuộc ganh đua xem ai là người có thể thâm nhập sâu hơn vào tâm trí của đối phương, người nghe, khách hàng, bệnh nhân, khán giả, vân vân và vân vân. Và bạn sẽ không thể làm được điều này nếu không nắm bắt được đúng hướng cảm xúc của đối tượng mình nhắm đến.

Lời nói và hành động là những phương thức giao tiếp phổ biến hơn cả. Tuy nhiên, vẫn có nhiều trường hợp mà ngôn ngữ viết lại là công cụ phát huy hiệu quả trội hơn trong việc thâm nhập tâm trí con người, đánh động cảm xúc của họ và tạo ra một chuỗi hiệu ứng liên hoàn thú vị.

Vào khoảng 8 giờ sáng thứ Hai nọ, trong lúc tôi đang mòn mỏi chờ xe buýt, một học viên cũ của tôi đề nghị chở tôi đến ga tàu điện ngầm bằng ô tô riêng.

“Thật may là gặp được em ở đây,” tôi nói. “Xe buýt hôm nay trễ nải quá, khiến thầy cũng trễ giờ đi làm luôn.”

“Thầy đừng lo,” anh ta đáp. “Em bảo đảm sẽ đưa thầy đến ga tàu điện ngầm đúng giờ.”

“Trong tình trạng tắc đường như thế này sao?”

“Thầy cứ lên xe thì biết,” cậu ta trả lời với nụ cười đầy ẩn ý. “Chỉ cần tác động vào điểm Thôi Miên Cảm Xúc thích hợp là chuyện gì cũng xong - chính thầy vẫn luôn dạy tụi em như thế mà.”

Đường giao thông lúc bấy giờ dồn ứ xe tải và xe con. Thế là cậu học trò cũ của tôi đưa tay ra báo hiệu trước khi rời khỏi lề đường, khiến cho tất cả các xe khác đi chậm lại, thậm chí dừng hẳn để nhường lối cho chúng tôi đi! Khi chúng tôi tiến vào phần đường

tắc nghẽn nghiêm trọng, cậu ấy lặp lại động tác ra hiệu ban nãy. Suốt một quãng đường đi dài hai mươi phút, các xe khác liên tiếp nhường đường cho chúng tôi đi một cách kỳ diệu. Cậu học trò vui tính của tôi bỗng chốc trở thành "Ông Hoàng Đường Phố", không xe nào dám động đến!

Khi gần đến ga tàu điện ngầm, cậu ấy ra hiệu bằng tay trái, tất cả các xe đang chạy ngang hàng hoặc phía sau chúng tôi đều chậm lại hoặc dừng hẳn, để sau đó tôi có thể xuống xe an toàn! Không một chiếc xe tải nào dám hùng hổ vượt qua chúng tôi khi ấy.

Chỉ khi nhìn cậu ấy lái xe ra về, tôi mới khám phá ra lý do. Một tấm bảng ghi chữ đỏ nổi bật được dán ngay dưới cửa kính phía sau xe. Cậu học trò cũ của tôi - một tay lái lụa có bằng lái ô tô trên mười lăm năm - đã in lên đó ba chữ có sức Thôi Miên Cảm Xúc mạnh mẽ đến nỗi bất kỳ bác tài nào khác trên đường nhìn thấy cũng phải ái ngại.

Đó là ba chữ: XE-TẬP-LÁI!

Không cần biết các xe khác đang vội vàng hay hùng hổ cỡ nào, chỉ cần họ nhìn thấy ba chữ trên, nỗi lo sợ về tai nạn giao thông và sự an toàn Bản Thân kèm với nỗi sợ mất Tiền Bạc không nhỏ ngay lập tức trỗi dậy!

Còn bạn, bạn có e ngại không nếu nhìn thấy ba chữ đó khi đang lái xe trên đường?

Sự thực là, cậu học trò cũ của tôi gắn tấm bảng đó lên xe vì một lý do chính đáng. Chẳng là trước đó một năm, vợ cậu ta muốn học lái xe ô tô. Một người bạn nào đó đã tặng cô ấy một quyển cẩm nang lái xe mà trong đó có đoạn "Chân thắng là bạn, chân ga là thù..." Sau khi cậu học trò cũ của tôi xin được giấy phép tập lái cho vợ, cậu ta đảm nhiệm luôn việc huấn luyện lái xe và ngồi ngay bên cạnh cô ấy để hướng dẫn. Có lẽ do ảnh hưởng từ nội dung cuốn cẩm nang nên cô vợ cứ liên tục đạp thắng, khiến cho anh chồng nhiều phen khiếp vía vì việc thắng gấp có thể khiến cậu ta đập đầu vào kính phía trước bất kỳ lúc nào. Để đảm bảo an toàn cho cả hai và những người đi đường khác, cậu ta bèn ứng dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc để tìm ra giải pháp: dán tấm bảng XE-TẬP-LÁI phía sau xe.

Sau lần chở tôi đến ga tàu điện ngầm đúng giờ một cách ngoạn mục giữa tình hình kẹt xe, cậu học viên cũ của tôi quyết định tháo tấm bảng XE-TẬP-LÁI. Cậu ta thấy rằng việc lạm dụng nó sẽ khiến

mọi người nghi ngờ về động cơ thực sự của cậu!

Kể cả khi trường hợp của bạn thuộc phạm trù Tình Yêu và bạn đang khao khát kết hôn, bạn vẫn cần phải đánh trúng được tử huyệt cảm xúc của đối phương nếu muốn thành công!

Phụ nữ thường không ngần ngại chia sẻ chuyện hẹn hò. Họ thường kể một cách bẽn lẽn rằng:

"Ờ thì anh ấy nhìn tôi say đắm, và tôi cũng nhìn anh ấy đắm đuối, và đó là một 'Tình yêu sét đánh'!"

Đừng tin lời họ!

"Tình yêu sét đánh" hay "Tình yêu ngay từ cái nhìn đầu tiên" là những cụm từ khiến cho mọi đôi nam nữ đang yêu đều thích thú, nhưng đó không phải là tình yêu thực sự trừ phi hai người có những giao tiếp và hành động cụ thể khơi gợi được sự quan tâm lẫn nhau. Tình yêu thực sự là một tình cảm sâu sắc và cần thời gian vun bồi, nó phụ thuộc đáng kể vào những lời nói và hành động mà hai người trao cho nhau để thuyết phục nhau đồng ý kết hôn. Quá trình tương tác này phải thành công trong việc kích thích phản ứng xúc cảm từ cả hai phía để dẫn đến kết quả như mong đợi!

Có một quý anh độc thân nọ mong muốn một cuộc sống tự lập.

Anh làm nghề bán hàng tạp hóa. Anh ước mơ được làm chủ một cửa hàng của riêng mình. Để hiện thực hóa ước mơ này, anh tích cóp đều đặn. Anh cho rằng một khi trở thành doanh nhân, anh sẽ đạt được uy danh và một vị trí xã hội đáng kể mà một người đàn ông như anh nên có. Anh rất nghiêm túc với tham vọng của mình. Tuy vậy, có một trở ngại nho nhỏ trên con đường chinh phục ước mơ của anh: anh có một sở thích khó bỏ từ hồi bé là sưu tập và tự tay gia công những chiếc đồng hồ cúc cu. Anh sống cùng cha mẹ và ba chị em gái; hầu hết những người thân và bạn bè của anh đều khẳng định rằng riết rồi tính tình của anh cũng sẽ gàn dở và "cúc cu" hệt như mấy chiếc đồng hồ yêu quý của anh.

Bất kể thời điểm nào, căn hộ năm phòng của cả gia đình anh cũng ngập ngụa những bộ sưu tập đồng hồ. Quý anh trong câu chuyện này của chúng ta chưa có ý định kết hôn. Anh đã từng hẹn hò nhiều cô nàng, từng tán tỉnh vài chị em và có một vài mối tình kha khá nhưng đều không có kết quả.

Vào một buổi tối nọ, khi đang ngồi chơi trong một câu lạc bộ

khiêu vũ, anh gặp gỡ nhân vật nữ chính trong câu chuyện của chúng ta.

Cô nàng không quá xinh đẹp, đeo kính, mặc một chiếc đầm giản dị và có một thân hình thường thường bậc trung.

Theo lẽ thường, với một cô nàng không có gì nổi trội như thế, "tình yêu sét đánh" là điều khó xảy ra. Tuy nhiên, khi họ bắt đầu nói chuyện và tự giới thiệu về mình, cô nàng đã nói như sau:

"Em rất hân hạnh được biết anh. Cô bạn Madge xinh đẹp đã kể em nghe rất nhiều về sở thích kỳ lạ của anh."

"Thế à?" Quý anh của chúng ta buột miệng, hồi hộp chờ xem cô ấy sẽ nói gì tiếp theo.

"Vâng," cô nàng đáp lại, "và em nghĩ sưu tầm đồng hồ cúc cu là một trong những sở thích độc đáo nhất mà em từng biết!"

"Em nghĩ thế thật à? Tuyệt," anh chàng bắt đầu ấp úng, "phần lớn bạn bè của tôi cho rằng thần kinh tôi không được bình thường. Còn mấy chị em gái của tôi thì..."

"Họ đều là những cô gái tử tế theo như em được biết. Em thì nghĩ bạn bè và các chị em của anh đang ghen tị với anh vì họ không được chín chắn như anh. Vậy bây giờ, anh có thể kể em nghe nhiều hơn về thú chơi đồng hồ cúc cu của anh không?"

"Em muốn nghe ư?" Quý anh của chúng ta chạm vào khuỷu tay cô nàng và dẫn cô đến chỗ ghế ngồi. "Này, em cứ gọi tôi là George nhé!"

"Em rất hân hạnh, anh George ạ. Còn anh cứ gọi em là Dorothy nhé. Giờ chúng ta nói về mấy cái đồng hồ cúc cu nào. Vì sao anh lại có sở thích đó vậy?"

Bạn có thể nhận ra một công thức ở đây: Cô nàng khởi đầu cuộc trò chuyện với một ít thông tin sẵn có về anh chàng, trong đó có khao khát được mọi người công nhận (thuộc phạm trù Danh Tiếng) của anh ta. Còn cô ấy thì khao khát Tình Yêu và hôn nhân. Thế là cô thâm nhập thành công vào tâm trí George bằng một chủ đề hấp dẫn liên quan đến mong muốn được công nhận của anh. Sự tương tác về mặt cảm xúc này ngay lập tức thiết lập nên sự chân thành và hấp dẫn lẫn nhau của hai phía. Nếu câu chuyện trên tiếp diễn, Dorothy sẽ dễ dàng khai thác được nhiều thông tin hơn về George như nghề nghiệp của anh ta, ước mơ được làm chủ

một cửa hàng bách hóa và mong muốn nhà mình rộng hơn để có chỗ chứa những chiếc đồng hồ cúc cu mà không bị người khác phàn nàn.

Bạn thấy đấy, cô nàng không nói nhiều về những gì mình muốn, mà cô tập trung trò chuyện về những điều anh ấy muốn nghe.

Không lâu sau đó, chàng George quyết định rằng nàng Dorothy chính là người phụ nữ của đời mình. Cô hiểu anh, và anh thì cảm thấy không thể xa cô dù chỉ một chút. Cô ấy thật "khác biệt" so với những người con gái khác. Rồi họ sẽ có một căn hộ mới của riêng mình, "với hàng tá chỗ trống cho những chiếc đồng hồ cúc cu của tôi" - chàng George reo trong hạnh phúc ngập tràn.

Thế là họ kết hôn.

Bạn nghĩ đó là tình yêu ngay từ cái nhìn đầu tiên ư? Nghĩ lại đi, phải gọi là "Tình yêu ngay từ câu nói đầu tiên" nhờ vào sự Thôi Miên Cảm Xúc.

Bây giờ là một câu chuyện khác. Giả sử Dorothy không phải là một cô gái trẻ trung đang tìm kiếm Tình Yêu, mà là một quý bà bốn mươi lăm tuổi, đang có một gia đình hạnh phúc với ba con. Bà Dorothy đến câu lạc bộ khiêu vũ để trông chừng cô cháu là con của chị gái mình. Cô cháu này cỡ tuổi chàng George nhưng đã đính hôn với người khác. Khi đến làm quen với George, quý bà Dorothy bắt đầu bằng một câu hệt như ví dụ trước:

"Tôi rất hân hạnh được biết anh. Bà bạn tôi có kể tôi nghe nhiều về sở thích kỳ lạ của anh."

Bạn nghĩ rằng George sẽ đáp lại chứ?

Hiển nhiên là có, anh ta sẽ phản hồi, vì tử huyệt chủ đạo của anh chàng chính là khao khát được mọi người công nhận. Anh ta sẽ chú ý ngay lập tức đến câu nói của Dorothy. Trong trường hợp này, có thể bà Dorothy làm thế chỉ với mục đích gây ấn tượng tốt với anh ta, để ngày mai bà sẽ được phục vụ tốt hơn ở cửa hàng tạp hóa của George, vì bà rất hay mua đồ ở đó.

Hoặc, bà Dorothy là một nhân viên bán hàng đang đi tiếp thị sản phẩm là những cuốn sách về kỹ năng kinh doanh. Trong trường hợp này, bà ta không quan tâm gì đến những chiếc đồng hồ cúc cu, hôn nhân hay sự tử tế. Bà sử dụng câu nói "Tôi rất hân hạnh được biết anh. Bà bạn tôi có kể tôi nghe nhiều về sở thích kỳ lạ của anh" chỉ để khiến George phải chú ý, từ đó khởi đầu cho một cuộc

trò chuyện thân mật mà trong đó, bà sẽ dễ dàng có cơ hội tiếp thị về những quyển sách mình muốn bán.

Chàng George là một con người đầy cảm xúc; tâm trí anh ấy liên tục bận rộn với mớ bòng bong những nhu cầu Bản Thân, Tiền Bạc, Tình Yêu và Danh Tiếng. Nhưng chỉ một trong Bộ Tứ là nhân tố gây chú ý và là động lực lớn nhất của anh chàng. Một khi xác định được nhân tố này, bạn sẽ dễ dàng thâm nhập vào tâm trí của George, khiến anh ta phải lắng nghe và làm những gì bạn muốn, từ việc kết hôn cho đến yêu cầu phục vụ mình tốt hơn ở cửa hàng.

Con người luôn chịu sự chi phối của những nguyên nhân cảm xúc. Do vậy, họ chỉ nhìn thấy những gì mình muốn thấy, chỉ nghe được những gì mình muốn nghe. Họ không phản hồi lại những thứ không thể Thôi Miên Cảm Xúc của họ! Động cơ giao tiếp của mọi con người trên Quả Đất này dù phức tạp thế nào cũng đều nằm đâu đó trong Bộ Tứ Quyền Lực trong Tử Huyệt Cảm Xúc - nội dung cốt lõi của Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc.

Trong những phần kế tiếp, tôi sẽ chia sẻ và minh họa về Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc thông qua hàng trăm ví dụ về quyền năng của Bộ Tứ Quyền Lực trong Tử Huyệt Cảm Xúc khi giao tiếp.

Khi đã biết ứng dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc trong cuộc sống, mỗi buổi sáng thức dậy, với bạn đều sẽ là khởi đầu cho một ngày thành công và hạnh phúc hơn. Câu chuyện sau đây về một người chủ nhà máy chịu tổn thất nặng nề chỉ vì một cái ống nước hỏng sẽ giúp bạn mường tượng rõ hơn về các Tử Huyệt cũng như hiệu ứng kỳ diệu của sự Thôi Miên Cảm Xúc. Ông chủ nhà máy đã gọi điện thoại cho rất nhiều nhóm thợ ống nước đến sửa chữa, nhưng không một ai trong số đó tìm ra được chỗ hư để sửa. Cuối cùng, ông gọi cho một người thợ làm việc độc lập. Anh ta mang theo một túi đồ nghề nom rất chuyên nghiệp. Người thợ này đi lên tầng ba của nhà máy, rồi lấy ra từ túi đồ nghề của mình một chiếc búa. Anh gõ một nhát búa lên ống nước. Chỉ có thế, ống nước hoạt động bình thường trở lại.

Sau ngày hôm đó, anh thợ ống nước gửi hóa đơn chi phí sửa chữa lên đến 100 đô la khiến cho ông chủ nhà máy rất tức giận. Ông ta gọi điện thoại cho anh thợ ống nước và phàn nàn:

“Anh ở đây có mười phút, chỉ làm mỗi một việc là gõ một nhát búa vào ống nước. Có vậy mà hét giá trên trời những 100 đô la! Nếu anh muốn tôi trả tiền, anh nên ghi rõ đơn giá từng việc một anh đã làm ở đây để tôi còn biết mình trả tiền nhiều như thế vì cái gì

chứ!"

Người thợ sửa ống nước soạn lại hóa đơn và gửi cho ông chủ nhà máy. Trong đó ghi:

"Tiền công gõ búa - 1 đô. Tiền công biết đúng chỗ nào để gõ - 99 đô. Tổng cộng - 100 đô la."

Ông chủ nhà máy vui vẻ trả tiền và trở thành khách hàng trung thành của anh thợ ống nước nọ từ đó.

Dù bạn đang trò chuyện, bán hàng hay quảng cáo, dù đối tượng của bạn là ai, bạn phải xác định được đúng chỗ để gõ, đúng nơi tử huyệt để khơi dậy những cảm xúc cần thiết cho cuộc giao tiếp.

Bạn sẽ nhận ra rằng Thôi Miên Cảm Xúc là một công cụ vừa có lợi nhưng cũng đồng thời thừa khả năng gây tai họa. Từ kẻ bất lương, sát thủ, người đĩnh đạc cho đến kẻ khoe khoang đều có thể dùng nó vì tư lợi. Đó là điều chắc chắn. Tuy nhiên, nó cũng là công cụ được dùng để mang ánh sáng văn minh đến cho nhân loại bởi những thầy tu, nhà truyền giáo, những người dạy học, các triết gia và những người tốt ở khắp mọi nơi.

Bạn được xem là "người tốt" khi và chỉ khi những lời ăn tiếng nói của bạn có khả năng truyền cảm hứng, giúp mọi người dám thể hiện quan điểm của mình!

Những niềm tin của chúng ta đều dựa trên một nền tảng là những nguyên nhân cảm xúc. Kể cả những người thi hành luật pháp cũng phải thừa nhận điều này.

FBI từng truy nã một tên cướp vừa đào tẩu. Ngoài những đặc điểm nhận dạng trên cơ thể, tên này còn nổi tiếng là một gã cao ngạo và tự đắc. Phạm vi truy nã được xác định là vùng phụ cận Cincinnati và lệnh truy nã kèm với hình ảnh được dán ở khắp nơi. Cuối cùng, các đặc vụ của FBI bắt được hắn ở ngay trước tòa nhà trụ sở cảnh sát trong lúc hắn đang đứng đó huênh hoang tự đắc về thành quả vượt ngục của mình!

Mỗi người đều có quan điểm và mô thức cảm xúc riêng biệt, mang tính cá nhân. Bằng cách quan sát và ghi chú một cách tinh tế những ngôn từ và hành động của mọi người, bạn sẽ dễ dàng thấu hiểu nhân tâm và trở thành bậc thầy về Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc - một kỹ thuật giúp bạn khám phá và nhận diện những động lực chủ đạo bên trong mỗi con người nhằm mục đích cải thiện và nâng cao hiệu quả giao tiếp giữa người với người.

Theo thời gian, bạn sẽ nhận ra rằng chính cách mọi người phản ứng và lắng nghe chúng ta sẽ quyết định mức độ thành công, hạnh phúc và thịnh vượng của chúng ta trong cuộc sống. Với Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, không có sự khác biệt giữa bảnh bao và thô kệch, bình thường và khuyết tật, ngơ ngác hay mặt dày, nói lắp hay mũi to...

Việc thành thạo kỹ năng Thôi Miên Cảm Xúc trong giao tiếp cũng đồng thời giúp bạn cải thiện và nâng cao sức sáng tạo, trí tưởng tượng, động lực làm việc và phong thái của mình, cũng như hoàn thiện được Tính Cách và Kỹ Năng Thuyết Phục để thành công.

Nào, hãy cùng tôi khám phá quyền năng bất biến của Bộ Tứ Quyền Lực trong Tử Huyệt Cảm Xúc trong việc khiến cho mọi người phải lắng nghe và làm những gì bạn muốn nhé!

Chương 3

GIỚI THIỆU CÁC TỬ HUYỆT CẢM XÚC - BỘ TỨ QUYỀN LỰC KHIẾN CẢ THẾ GIỚI PHẢI LẮNG NGHE BẠN!

"Em rất xinh đẹp trong chiếc váy đó," ông Jackson nói với vợ.

Trong mắt những người thân, bạn bè và hàng xóm láng giềng, bà Jackson là một người vợ tuyệt vời, một người mẹ tốt, một bà nội trợ đảm đang và là một người phụ nữ tử tế. Tuy vậy, hãy nhớ, bà ấy vẫn là một cá nhân bình thường với những cảm xúc rất con người!

Trước câu nhận xét của chồng, bà Jackson sẽ có thể có những phản ứng khác nhau tùy thuộc vào những yếu tố hoàn cảnh gắn liền với mô thức cảm xúc bên trong của bà ấy!

Bà ấy có thể đáp lại rằng: "Cảm ơn ông xã. Giờ thì em biết chắc đây chính là chiếc đầm em yêu thích nhất!"

Hoặc bà Jackson có thể trả lời chua chát rằng: "Nhưng vẫn không đẹp bằng cô bạn Lottie của anh, đúng chứ?"

Hoặc bà ấy sẽ nói: "Anh nói thế vì anh biết đây là một chiếc đầm rẻ tiền thôi mà. Chứ em mà bỏ ra một đống tiền mua một chiếc đầm hàng hiệu sang trọng đúng nghĩa, hẳn là anh sẽ la làng như thể trời sắp sập!"

Cũng có thể bà Jackson sẽ cau mày, nắm chặt tay chồng, hôn lên

tai ông và thì thầm rằng: “Em biết anh đang rót mật vào tai em, nhưng em vẫn thích nghe anh dỗ ngọt như thế!”

Mỗi một câu trả lời phản ánh một cái nhìn khác nhau của con người thật trong bà Jackson. Nội dung khác nhau của chúng cho bạn thấy rằng chúng hoàn toàn không phải là những lời nói ngẫu nhiên.

Mỗi một câu trả lời đều là kết quả của một quá trình phức tạp suốt những năm dài tháng rộng!

Từ thuở bé thơ, mỗi người chúng ta đã trải qua vô số những ngôn từ, hành động và hoàn cảnh khác nhau trong cuộc sống. Ngay từ khi sinh ra, chúng ta đã được di truyền một số đặc tính cảm xúc nhất định từ cha mẹ.

Theo thời gian, những cuộc giao tiếp, những phản hồi và trải nghiệm mới trong cuộc sống khiến chúng ta phát sinh nhiều hơn những biểu hiện cảm xúc gắn liền với Bộ Tứ Quyền Lực trong Tử Huyệt Cảm Xúc gồm Bản Thân, Tiền Bạc, Tình Yêu và Danh Tiếng.

Bất chấp những nỗi sợ, hy vọng, thái độ và những khao khát rối rắm trong lòng mỗi chúng ta liên quan đến Bộ Tứ, lịch sử và thực tế cuộc sống đã chứng minh rằng một hoặc hai động lực trong Bộ Tứ chính là những lý do chủ đạo vì sao chúng ta luôn cảm nhận, phản ứng và hành động như thế này chứ không phải thế khác. Động lực ấy trở thành Tử Huyệt Cảm Xúc lớn nhất của chúng ta để mỗi khi có ai hay sự vật nào đó tác động trúng vào nó, chúng ta ngay lập tức bị kích thích và phản ứng, lắng nghe, lo lắng, giận dữ, vui mừng, bực dọc hoặc trở nên ngoan cố.

Ví dụ sau sẽ minh họa cho bạn hiểu rõ hơn những gì tôi vừa nói.

Trong một buổi học của tôi, một bác sĩ nọ đứng lên phát biểu. Sau khi tự giới thiệu, ông kể cho chúng tôi nghe về một bệnh nhân béo phì từng đến gặp ông để chữa trị. Giải pháp cho bệnh tình của ông này chỉ có thể là một chế độ ăn kiêng nghiêm ngặt. Sau khi tư vấn chế độ ăn kiêng cho bệnh nhân này - một người đàn ông béo bủng beo diện quần áo bảnh chọe và đắt tiền, vị bác sĩ đưa ra lời khuyên: “Hãy tuân thủ nghiêm ngặt chế độ ăn này và đừng khuất phục trước cám dỗ!”

Người bệnh nhân - mà tôi xin tạm gọi là ông X. - hứa sẽ làm theo mọi điều bác sĩ dặn.

Vài tuần sau, ông X. quay trở lại phòng khám với tình trạng sức

khỏe tệ hại hơn cả lần trước. Khỏi cần nghĩ cũng biết là ông ta đã không tuân thủ chế độ kiêng khem.

Vị bác sĩ cảnh báo ông ta thêm một lần nữa nhưng vẫn vô ích.

Suốt bốn tháng sau đó, ông X. ra vào phòng mạch như cơm bữa. Vị bác sĩ bắt đầu nản lòng.

"Thưa ông X., nếu ông cứ tiếp tục ăn nhiều, lên cân và không tuân thủ chế độ ăn kiêng, tuổi thọ của ông sẽ bị rút ngắn đấy!"

"Có thể lắm chứ," ông X. đáp lại, "nhưng tôi quan niệm sống cho hiện tại và không thích lo lắng về tương lai. Tôi suy nghĩ chín chắn hơn nhiều người, và tận hưởng cuộc sống là đam mê bất tận của tôi. Ăn ngon mặc đẹp là thú vui sung sướng nhất đời của tôi, nhưng giờ tôi cũng sẽ cố gắng làm theo chế độ ăn kiêng ông đã đặt ra."

Gần một năm trời, vị bác sĩ mỗi lúc một thất vọng và chán nản hơn với trường hợp của ông X. Ông thừa biết tầm quan trọng của việc ăn kiêng đối với bệnh nhân này, nhưng ông tự trách mình vì mãi vẫn không thể tìm ra một lý do thật thuyết phục để khiến ông X. lắng nghe và làm theo.

Ông X. trở lại phòng khám vào một buổi tối nọ với tình trạng sức khỏe gần như kiệt quệ.

Sau khi khám bệnh xong, bác sĩ yêu cầu ông X. mặc áo vào. Ông gọi điện cho một nhà thuốc gần đó nhờ chuẩn bị thuốc cho ông X., để lát nữa ông X. sẽ đến đó lấy.

"Đơn thuốc đó dành cho quý ông X.," bác sĩ nói chuyện trong điện thoại. "Anh sẽ nhận ra ông ta ngay ấy mà, vì ông ấy sẽ mang theo toa thuốc của tôi. Trông ông ta không khác gì một con voi vì quá béo. Đó hẳn là con voi diện quần áo đẹp nhất mà tôi từng nhìn thấy!"

Ông X. béo phì vô tình nghe thấy câu nói đó và ngưng mặc áo, chạy vội đến bàn bác sĩ. "Khoan đã bác sĩ ơi," ông ta van nài. "Làm ơn đừng ví tôi với con voi nữa! Lần này tôi sẽ nghiêm túc tuân thủ chế độ ăn kiêng của ông!"

Và sau đó ông ta ăn kiêng nghiêm túc thật!

Vì sao ư?

Vị bác sĩ đã cố gắng thuyết phục bệnh nhân của mình tuân thủ chế độ ăn kiêng bằng đủ mọi lý lẽ Thôi Miên Cảm Xúc khác nhau. Tuy nhiên, lý do "nếu ông cứ tiếp tục ăn nhiều, lên cân và không tuân thủ chế độ ăn kiêng, tuổi thọ của ông sẽ bị rút ngắn đấy..." - một lý do liên quan đến sức khỏe Bản Thân - không phải là Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của ông X. Bằng chứng là ông ta vẫn tiếp tục ăn uống vô độ và lên cân sau đó. Cuối cùng, giải pháp cho tình huống nan giải của vị bác sĩ hóa ra cũng chẳng liên quan đến Tiền Bạc hay Tình Yêu. Bằng phép loại trừ, câu trả lời chính là Tử Huyệt Danh Tiếng.

Kỳ thực, ông X. đã thể hiện vài dấu hiệu về Tử Huyệt Danh Tiếng của mình ngay từ cái nhìn đầu tiên: diện quần áo "bảnh chọe đắt tiền". Trong suốt quá trình điều trị, ông ta cũng thể hiện những dấu hiệu khác cho thấy sự ám ảnh của bản thân về tên tuổi và hình ảnh cá nhân của mình. Ông ta liên tục khoe mẽ về những khả năng và thành tựu của bản thân, chẳng hạn như câu nói: "Tôi suy nghĩ chín chắn hơn nhiều người..." Khi phân tích tình huống kỹ càng, bạn sẽ thấy như thể hai chữ "Danh Tiếng" đã được khắc ngay trên mặt ông X. vậy.

Khi tử huyệt cảm xúc bị tác động chính xác nhờ từ "con voi", mà đầy đủ hơn là cụm từ "con voi diện quần áo đẹp nhất mà tôi từng nhìn thấy," ngay lập tức những mối quan tâm khác trong đầu ông X. bị phá vỡ, và tâm trí của ông bị thâm nhập tức thì. Lần đầu tiên trong suốt quá trình chữa bệnh, ông ta tự nguyện tiếp thu lời khuyên của bác sĩ và cố gắng tuân thủ chế độ ăn kiêng như đã hứa.

Khi đó, ông X. bắt đầu diễn dịch lời khuyên của bác sĩ trên cơ sở những nhu cầu cảm xúc của bản thân!

Hãy nhớ, con người chúng ta rất cứng nhắc!

Con người cũng như loài hổ báo, không dễ gì thay đổi những bản năng cảm xúc cố hữu của mình!

Ngay từ thuở ấu thơ, mỗi chúng ta đã hình thành và lưu giữ cho mình những đặc tính cảm xúc riêng biệt gắn liền với Bộ Tứ Quyền Lực trong Tử Huyệt Cảm Xúc. Chúng chính là những mẫu thức chung của giao tiếp, từ trò chuyện cá nhân cho đến truyền thông đại chúng, vì chúng có tác dụng khơi gợi được phản ứng từ bất kỳ ai. Muốn giao tiếp thành công, mỗi người chúng ta phải tìm ra được chính xác những Tử Huyệt Cảm Xúc giúp gắn kết bản thân với người nghe. Điều này áp dụng cả trong mối quan hệ giữa cha

mẹ và con cái.

Bé Freddie nhõng nhẽo không chịu ăn phần ngũ cốc mẹ đã kỳ công dọn ra. Bà mẹ bắt đầu hết kiên nhẫn. Bà rất bận rộn vì còn có nhiều việc quan trọng khác phải làm. "Thôi nào Freddie! Bột này rất ngon và tốt cho con. Con đã dây dưa gần một tiếng đồng hồ rồi. Ăn đi nào. Mở miệng ra để mẹ đút thìa này cho con!"

Freddie vẫn tiếp tục ngó lơ, lấy ngón tay vẽ vời lên chiếc khăn trải bàn đầy màu sắc mà không chịu ăn.

"Thôi đi Freddie," bà mẹ gằn giọng. "Nếu con không ăn hết phần ngũ cốc này, mẹ sẽ đánh đòn. Con lớn rồi, mẹ sẽ bắt con quỳ gối và đánh mông con thật đau. Đây là lần cuối cùng nhá. Mở miệng ra và ăn hết thìa bột này cho mẹ, không là mẹ đánh!"

Cậu bé Freddie sợ Bản Thân mình bị đau nên phản ứng ngay trước lời đe dọa của mẹ. Cậu bé có thể nói ra hoặc nói thầm trong bụng, "Đừng đánh con! Đừng đánh con mà!" và bắt đầu ăn. Chỉ có cách vâng lời mẹ, cậu bé sẽ không phải chịu đòn đau.

Khi Freddie lớn lên, những lời nói và hành vi của cậu sẽ thể hiện Tử Huyệt Bản Thân này ở cấp độ rõ ràng và sâu sắc hơn. Một trong những biểu hiện đó là tính cách thích hưởng thụ của cậu: chỉ thích làm những việc dễ dàng, sợ rủi ro và đau bệnh, sợ chấn thương và sợ chết, không thích bị ai căm ghét hay hận thù, dễ trở nên khinh suất hoặc mất bình tĩnh mỗi khi xảy ra bất kỳ điều gì làm phương hại đến Bản Thân. Anh chàng này có niềm tin mãnh liệt vào tôn giáo và quan niệm rằng một giọt máu đào hơn ao nước lã.

Với những người có Tử Huyệt Bản Thân là chủ đạo như Freddie, chúng ta có thể gọi họ là những "Người Vị Kỷ!"

Có một loại "Freddie" khác không sợ lời đe dọa đánh đòn của bà mẹ như trên, vì cậu này từng bị đánh đòn trước đó. Có thể cậu ta cũng chẳng thích bị đánh đòn, nhưng việc có bị đánh hay không chẳng làm cậu ta sợ hãi hay nao núng. Vì cậu thừa biết là bố mẹ chỉ dọa đánh để cậu vâng lời thôi, chứ chẳng mấy khi làm thật. Cậu ta thích thú với cảm giác được "trên cơ" người lớn, đòi bố mẹ cho quà thì mới ăn! Cậu ta biết mình chỉ là một đứa trẻ, nên cậu ta sẽ tiếp tục xử sự như một đứa trẻ, giống như bố vẫn thường hay dặn mẹ rằng:

"Nó chỉ là một đứa trẻ còn nhỏ dại. Cứ chiều nó chứ đừng đánh!"

Thế là cậu nhóc này liên tục ngó lơ, hí hoáy nghịch bàn ăn mỗi khi giờ ăn đến. Cậu cần phải biết chắc rằng mẹ mình đã chạm ngưỡng hết kiên nhẫn và sẽ cố gắng đút cho cậu một thìa ngũ cốc to nhất có thể.

Quả thật như vậy, bà mẹ nói:

"Nghe này Freddie! Nếu con ăn hết chỗ ngũ cốc này, mẹ sẽ cho phép con thức khuya thêm nửa tiếng để xem ti vi. Mẹ sẽ mua cho con một món đồ chơi mới khi chúng ta ghé cửa hàng."

"Thật hả mẹ?" Cậu "Freddie" này ngay lập tức khoái chí và ăn hết phần ngũ cốc của mình!

Cậu ta thích được thưởng. Về mặt cảm xúc, cậu ta thích được "trả công" cho mọi việc mình làm. Không còn nghi ngờ gì nữa, đây chính là mẫu thức cảm xúc của cậu, sẽ song hành cùng cậu đến khi trưởng thành. Cậu ta thích mê và bị ám ảnh bởi Tiền Bạc: kiếm tiền, lấy tiền, giữ tiền, và cực kỳ sợ mất tiền. Những chủ đề về tiền bạc, kinh tế quốc gia hay sự phung phí đặc biệt Thôi Miên Cảm Xúc cậu ấy. Ai mà nắm bắt được điều này sẽ dễ dàng "tiếp cận" và "lợi dụng" được Freddie, vì Tiền Bạc chính là tử huyệt của cậu ta, là thứ duy nhất khiến cậu ta phải chú ý và lắng nghe!

Giả sử nếu như cả lời đe dọa đánh đòn lẫn lời hứa tưởng thưởng của bà mẹ đều không làm cho Freddie vâng lời, vậy thì có còn cách nào khác để xử lý tình huống này?

Có chứ!

Có hàng triệu "Freddie" trên thế giới này mê đắm những gì liên quan đến Tình Yêu, tình cảm và sự lãng mạn.

Với một cậu bé còn quá nhỏ như Freddie thì có thể những nhu cầu về Tình Dục và những Lời Hứa về Tương Lai chưa phát huy được tác dụng. Nhưng, chính những khao khát được thỏa trí tò mò hoặc tham gia vào những Trải Nghiệm Mới sẽ là động lực thúc đẩy chủ yếu của loại "Freddie" thứ ba mà chúng ta đang nói đến. Có thể Freddie không chịu ăn ngũ cốc là vì đã ngán nó đến tận cổ. Cậu đã phải ăn nó ngày này qua ngày khác với cùng một kiểu ăn duy nhất đến chán phèo! Chúng ta sẽ thấy cậu nhóc Freddie này thử táy máy món ăn bằng một chiếc nĩa thay vì dùng thìa. Cậu bé sẽ chơi đùa với hình thù của mấy sợi mì và vẽ vời lên chiếc bàn ăn theo những cách thức mới mà cậu chưa thử bao giờ!

"Freddie, con có nhớ hồi mình ở sân bay, con đã rất thích thú với

những chiếc máy bay to uỳnh bay lên bay xuống không?" Bà mẹ hỏi Freddie.

"Ực... dạ," Freddie vừa nhai ngũ cốc vừa đáp. "Con ước gì mình được đến đó lần nữa. Có rất nhiều máy bay ở đó, nhìn đã mắt quá mẹ ơi."

"Con ăn thêm một thìa nữa nè, rồi chúng ta sẽ được đến đó ngay."

Bà mẹ xúc một thìa đầy ngũ cốc, giơ cao trước mặt Freddie.

"Chiếc thìa này là một chiếc máy bay màu bạc óng ánh đang chở rất nhiều ngũ cốc. Con hãy há miệng ra, rồi con sẽ thấy chiếc máy bay này bay vù vào miệng con, vận chuyển ngũ cốc vào đó để con được ăn ngon."

Cậu bé háo hức vâng lời.

Chính những phút chơi đùa ngoài lề đó đã tạo hứng khởi cho "Freddie", giúp cậu ăn được một món mà mình không thực sự thích. Trong phần lớn các trường hợp, cậu bé này thích tìm hiểu những điều mới lạ và độc đáo. Khi lớn lên, cậu ta sẽ có xu hướng thích cho đi hoặc cảm nhận những trải nghiệm mới lạ. Do vậy, cậu ta cũng rất tò mò về người khác giới. Cậu ta bị hấp dẫn bởi những bí mật của Tình Yêu lẫn người khác giới nhiều hơn người bình thường. Cậu ta thể hiện cá tính và sự độc đáo trong mọi việc mình làm, có khiếu về thẩm mỹ hoặc kỹ năng trình diễn, và có một "phong cách riêng", một "thương hiệu cá nhân" không lẫn với ai được.

Vậy người như cậu ta có sở hữu cả bốn loại Tử Huyệt Cảm Xúc?

Câu trả lời là có. Chúng gắn kết và đan xen lẫn nhau tùy hoàn cảnh và tùy vào mối quan hệ về mặt cảm xúc giữa Freddie với từng tử huyệt. Nhưng với anh chàng Freddie mà chúng ta đang nói đến, Tình Yêu mới là tử huyệt CHỦ ĐẠO. Những người nào nắm bắt được tử huyệt này của Freddie sẽ dễ dàng giao tiếp thành công với cậu, vì cậu là một "Người Lãng Mạn" - thuật ngữ chỉ những người có Tử Huyệt Tình Yêu là chủ đạo!

Trở lại tình huống Freddie ăn ngũ cốc. Giả sử cậu bé không phản ứng với tất cả những yêu cầu liên quan đến Bản Thân, Tiền Bạc và Tình Yêu của bà mẹ, hiển nhiên là có lý do: Cậu bé hoặc đang bị bệnh nên không buồn ăn, hoặc còn quá nhỏ để có thể phản ứng lại yêu cầu của bà mẹ, hoặc không hiểu bà mẹ nói gì, hoặc Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của cậu chưa bị tác động.

Dùng phép loại trừ, câu trả lời chỉ có thể là Tử Huyệt Danh Tiếng.

Cậu bé "Freddie" thứ tư sẽ mải chơi với món ăn, hào hứng xếp đống ngũ cốc thành năm khối bằng nhau và khoe với mẹ. Bà mẹ nói:

"Nhìn đồng hồ kìa Freddie! Nếu con có thể ăn hết chỗ ngũ cốc này trước khi cây kim giờ chỉ vào số sáu, mẹ sẽ nói với bà rằng con là một cậu bé ngoan. Mẹ cũng sẽ khen con với dì Betty và bố con ngay khi bố đi làm về. Nếu con vâng lời mẹ, cả gia đình chúng ta sẽ rất tự hào nói rằng: 'Freddie giỏi giang đã ăn hết ngũ cốc trước sáu giờ! Hoan hô Freddie!' Con sẵn sàng rồi chứ? Một, hai, ba và ăn nào!"

Freddie, hoàn toàn bị thuyết phục bởi lời khen của mẹ, ăn lấy ăn để hòng chiến thắng cái đồng hồ!

Trong trường hợp này, Danh Tiếng chính là Tử Huyệt chủ đạo của cậu bé. Và tử huyệt này sẽ càng được biểu hiện rõ hơn khi Freddie đi học, khôn lớn và có nhiều trải nghiệm khác nhau trong cuộc sống. Cậu ta có lòng tự trọng, tự tôn khá lớn và sẽ không để nó bị tổn hại. Cậu ta không ngừng tìm kiếm tiếng tăm, sự đảm bảo và công nhận từ mọi người xung quanh. Cậu ta thích bình phẩm người khác nhưng lại không thích người khác chê bai mình. Những ai dám làm tổn hại cái danh dự to xù của cậu, chắc chắn sẽ bị trả đũa. Cậu cẩn thận với hình thức bên ngoài và rất nghiêm túc trong việc chọn bạn mà chơi. Cậu thích cường điệu sự việc và nhạy cảm với tên tuổi. Cậu thích được khen ngợi hoặc tôn vinh ở những nơi đông người. Cậu cũng có khiếu hài hước nhất định, nhạy cảm với thị phi và cảm thấy bản thân mình giá trị hơn mỗi khi được người khác hỏi ý kiến.

Chúng ta gọi anh chàng này là Người Vị Danh. Giống như phần lớn chúng ta, anh ta cũng sẽ có vài phần trong bản ngã là những Người Vị Kỷ, Người Lãng Mạn và Người Vị Lợi.

Vì sao mèo lại hoàn mèo?

Nếu bạn đang đi dạo trên một đồng cỏ và nhìn thấy một loài động vật có vú, hay kêu "Um bò!" và cho sữa, bạn sẽ gọi nó là con bò - không phải ngựa, không phải voi, không phải rắn hay thỏ. Con vật đó có những đặc trưng của một con bò. Nó có vú, cho sữa, và kêu "Um bò!"

Hãy lưu ý đến những đặc trưng này. Chúng giúp bạn nhận diện được từng cá nhân, và được biểu hiện rất rõ trên mô thức cảm xúc

của họ.

Vậy điều này liên quan gì đến Bộ Tứ Quyền Lực trong Tử Huyệt Cảm Xúc mà chúng ta đang bàn luận?

Một học viên của tôi đang làm việc cho một công ty quảng cáo. Anh ta được tham gia thực hiện một chiến dịch quảng cáo của công ty nhằm mục đích thuyết phục khách hàng sử dụng dịch vụ quảng cáo của mình. Vị khách hàng quan trọng được nhắm đến là ông chủ của một công ty chuyển phát nhanh. Phần giới thiệu về chiến dịch quảng cáo được đầu tư rất công phu về tiền bạc, thời gian, nội dung và tranh ảnh minh họa. Sau hai lần đến tận công ty chuyển phát nọ để giới thiệu dịch vụ, Ralph - tên cậu học viên của tôi, và sếp của cậu vẫn không thể thuyết phục được ông P. - vị giám đốc công ty chuyển phát nhanh - chọn dịch vụ quảng cáo của công ty mình.

Ông sếp của Ralph chán nản và muốn bỏ cuộc. Nhưng Ralph thì không.

Cầm tập hồ sơ trình bày công phu trên tay, Ralph quyết định đi nói chuyện trực tiếp với ông P. Sau một cái bắt tay chiếu lệ, anh nói ngay với vị giám đốc của công ty chuyển phát: "Thưa ông P., tôi xin mạn phép hỏi ông điều này!"

"Anh muốn hỏi gì?" Ông P. đáp lại với vẻ khó chịu.

Với cặp lông mày nhô cao và đôi mắt nhìn thẳng vào ông P., Ralph hỏi:

"Ông có muốn dẫn dắt công ty mình trở thành doanh nghiệp đứng đầu trong ngành công nghiệp vận chuyển và chuyển phát?"

Đôi mắt tối tăm lạnh lùng của ông P. bỗng chốc sáng long lanh, và ông nhoẻn miệng cười.

Cậu học viên của tôi vừa một thân một mình làm nên kỳ tích.

Sau câu hỏi đó, sự chân thành, cởi mở giữa hai bên được thiết lập ngay lập tức. Việc duy trì sự quan tâm của ông P. trở nên dễ dàng hơn bao giờ hết. Một thời gian ngắn sau đó, hợp đồng chính thức giữa hai công ty được ký kết và Ralph được thưởng lớn nhờ thành quả ấy.

Làm thế nào mà điều đó có thể xảy ra?

Nó đã xảy ra khi vẻ ngoài lạnh lùng, khô khan của ông P. bị xuyên thủng thành công chỉ sau vài giây trò chuyện với Ralph. Thẳm sâu trong tâm trí bận rộn của vị giám đốc "sắc sảo và tiết kiệm chi li đến từng đồng" này là một tham vọng cháy bỏng trong việc phát triển và nâng tầm vị trí công ty mình trên thương trường. Vì ông là chủ doanh nghiệp, nên cũng như nhiều doanh nhân khác, Tiền Bạc chính là Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của ông.

Ngay khi câu hỏi của Ralph thâm nhập thành công vào tâm trí ông P., thái độ của ông thay đổi hoàn toàn và ông bắt đầu mở lòng đón nhận những gì Ralph sắp trình bày. Ông đang rất quan tâm tìm kiếm một kế hoạch hoàn hảo và khả thi nhằm giúp công ty khuếch trương tên tuổi hơn nữa trong ngành công nghiệp chuyển phát!

Và bản kế hoạch đó - đã được công ty của Ralph xây dựng dưới dạng một chiến dịch quảng cáo.

Dù chỉ mới xem xét nội dung trình bày và lắng nghe phần diễn giải của Ralph, ông P. đã có cảm giác như thể mình trở thành "Ông hoàng ngành chuyển phát."

Ralph đã nói với ông P. những gì ông muốn nghe, khiến ông quan tâm và khao khát dịch vụ của công ty anh hơn nữa!

Bạn có nhận ra điều thú vị ở đây chưa?

Những người càng khôn ngoan, họ càng lắng nghe chăm chú một khi bạn khai phá được đúng Tử Huyệt Cảm Xúc của họ - thứ sẽ giúp gắn kết chặt chẽ Chủ Đề và Người Nghe.

Nhưng để khai phá được đúng Tử Huyệt Cảm Xúc của người khác, chính bạn cũng phải học cách lắng nghe và quan sát tinh tế.

Hãy nhớ, mèo vẫn hoàn mèo. Sinh ra là con bò thì mãi mãi là con bò chứ không thể là mèo hay bất kỳ con gì khác. Do vậy, Con Người thì mãi mãi là Con Người, mãi luôn bị chi phối bởi cảm xúc.

Cũng như con bò hay con mèo, Con Người không thay đổi những đặc tính cảm xúc cố hữu của mình bất kể chúng mãnh liệt hay yếu ớt ra sao. Chỉ cần được tác động đúng cách, đúng nơi và đúng thời điểm, con bò sẽ cho sữa. Tương tự, chỉ cần được tác động đúng cách vào đúng Tử Huyệt Cảm Xúc trong thời khắc thích hợp, con người - thậm chí là cả một nhóm người đông đảo - sẽ tự nguyện lắng nghe và hồi đáp những gì bạn muốn!

Tử Huyệt của tất cả chúng ta

Mỗi người trong chúng ta đều có một điểm yếu chết người, một Tử Huyệt Cảm Xúc trong một chủ đề bất kỳ. Có những khao khát, thái độ, ước muốn hoặc nỗi sợ có thể khiến chúng ta dễ sơ sẩy và tổn thương hơn bao giờ hết.

Khi đó, chúng ta sẽ rất dễ bị thuyết phục hoặc xiêu lòng, kể cả khi chúng ta đã cố che giấu điểm yếu.

William, một học viên của tôi, nộp đơn ứng tuyển vào vị trí trợ lý tổng giám đốc của một tập đoàn quy mô vừa sau khi đọc một mẩu tin tuyển dụng trên báo. Trong cuộc tuyển dụng này, các ứng viên cạnh tranh nhau rất khốc liệt. Chưa kể, một yếu tố bất lợi khác nữa là ngay cả ông tổng giám đốc cũng đang phân vân không biết mình có thực sự cần một trợ lý hay không.

Trong cuộc phỏng vấn đầu tiên, ông ta nói với William:

"Tôi thực sự không cần một trợ lý. Sức khỏe của tôi rất tốt. Tôi đã một tay gây dựng cơ đồ này, và người duy nhất nghĩ tôi không nên cố gắng ôm đồm hết mọi việc là vợ tôi. Nhưng như tôi đã nói," ông ta nhấn mạnh, "tôi không e ngại việc phải có mặt ở văn phòng mười bảy tiếng mỗi ngày để hoàn tất công việc."

Ngay lúc đó, William tin rằng anh đã khám phá ra suy nghĩ cũng như "tử huyệt" của vị chủ tịch này.

"Thưa ông, tôi xin mạn phép được nói điều này. Ông nhắc tôi nhớ đến một lời khuyên từ vị bác sĩ đã khám cho tôi hồi năm ngoái."

"Ông ta đã khuyên anh điều gì?"

"Ông ấy hỏi tôi rằng," William trả lời một cách nhã nhặn, "Anh có biết 60% tổng số tài sản của Hoa Kỳ đang nằm trong tay các góa phụ?"

Vị tổng giám đốc nọ phản ứng ngay lập tức. Trong vòng nửa phút, ông ta im bặt, đến nỗi William có thể nghe thấy từng tiếng tích tắc của kim đồng hồ. Sau đó, "người đàn ông làm việc mười bảy giờ đồng hồ mỗi ngày" này mỉm cười.

"Anh quả là một người sâu sắc và hiểu chuyện," ông ta nói, "và tôi thích anh rồi đấy."

Sau đó, hai người họ có một cuộc nói chuyện khác vào ngày thứ

Tư kế tiếp. Hai tuần sau, William khoe với tôi về chức vụ mới của cậy ấy - Trợ lý Tổng giám đốc.

Câu nói "60% tổng số tài sản của Hoa Kỳ đang nằm trong tay các góa phụ" đã tác động trực tiếp vào mối quan tâm về Bản Thân và Tiền Bạc - những tử huyệt cảm xúc chủ đạo của vị tổng giám đốc nọ! William đã ngay lập tức khiến cho ông ta phải suy nghĩ:

"Trời, mình làm việc cực khổ chỉ để vợ yêu của mình trở thành góa phụ sao? Có lẽ mình nên dành nhiều thời gian hơn cho gia đình và hưởng thụ cuộc đời trong lúc mình còn sống. Mình thực sự cần một Trợ Lý!"

Tử Huyệt Cảm Xúc thực sự quan trọng với tất cả chúng ta, bao gồm cả người phụ nữ sau.

Nhân dịp kỷ niệm "Ngày của Cha" sắp đến, cô S. quyết định đi mua một chiếc cà vạt mới cho chồng. Vào cửa hàng, cô nhìn thấy hàng trăm chiếc cà vạt đủ màu sắc đẹp như nhau cùng với hàng tá những dòng chữ miêu tả kế bên như "Sang trọng...", "Tuyệt vời...", "Hàng nhập khẩu" hoặc "Chất liệu tơ tằm 100%".

Cô ấy bèn lên tầng bốn và nói với một nhân viên bán hàng:

"Ông xã tôi khó tính lắm. Ổng chê bai bất kỳ thứ gì tôi mua!"

Anh nhân viên này bèn chỉ cho cô xem một loạt cà vạt đẹp. Cô nhìn qua nhìn lại vài ba chiếc nhất định.

"Thưa cô," anh nhân viên bán hàng nói, "chồng cô chắc chắn sẽ khen vợ vì gu thẩm mỹ tinh tế của cô khi cô đưa cho ông ấy chiếc cà vạt này!"

Cô cảm ơn anh ta và quyết định mua chiếc cà vạt anh đề xuất!

Một phụ nữ khác, cô J., đã đi ra đi vào đến ba cửa hiệu chỉ để tìm một cái cà vạt ưng ý cho bố của cô. Vào cửa hiệu nào cô cũng than một câu giống nhau: "Bố tôi toàn đeo cà vạt đắt tiền, nhưng trong túi tôi chỉ còn có 2 đô la thôi."

Không người nào quan tâm đến câu nói đó của cô J., trừ một nhân viên bán hàng nọ. Hiểu ý cô, người này đáp lại, "Không sao thưa cô. Tôi sẽ chỉ cho cô xem vài chiếc cà vạt chỉ 2 đô la nhưng đẹp và sang trọng không thua gì hàng hiệu đắt tiền."

Chỉ sau đó vài phút, cô J. đã chọn được một chiếc cà vạt cho bố

mình.

Hai người phụ nữ trên đi mua cà vạt với những động cơ cảm xúc khác nhau, được tiết lộ thông qua lời nói và "tử huyệt" cảm xúc của họ.

Động cơ của cô S. liên quan đến Danh Tiếng, của cô J. là Tiền Bạc. Đây là những động cơ quan trọng khiến họ cất công đi mua cà vạt chứ không đơn thuần chỉ là: "Nếu tôi không mua quà cho họ nhân dịp Ngày của Cha, họ sẽ không đếm xỉa gì đến tôi trong Ngày của Mẹ sắp tới."

Trong cả hai tình huống trên, mỗi người phụ nữ đều được một người bán hàng chu đáo hồi đáp bằng những lời đảm bảo, giúp cho việc mua bán được thành công.

Chúng ta giao tiếp với người khác cũng như với chính mình trong mọi mối quan hệ.

Luôn luôn có một động cơ cá nhân nào đó kích thích những hành vi và suy nghĩ của chúng ta trong mọi tình huống, dù là khi chúng ta đang giao tiếp, mua hàng hay tham vấn nhà băng.

Trong một ngân hàng nọ, một phụ nữ trung niên với mái tóc nâu đang dè dặt ngồi vào ghế để được giao dịch viên tư vấn.

"Tôi có thể biết mình sẽ có bao nhiêu tiền trong tài khoản sau kỳ hạn tháng này?" Bà ấy vừa nói vừa lấy ra từ trong bóp của mình một cuốn sổ tiết kiệm.

Người giao dịch viên lớn tuổi có mái tóc bạc gật đầu, mở quyển sổ tiết kiệm xem trang đầu tiên rồi quay số điện thoại.

"Xin chào, anh hãy cung cấp cho tôi số tiền trong tài khoản tiết kiệm của bà L. sau khi tài khoản này đến kỳ hạn nhé! Số tài khoản của bà L. là LL 198,532."

Chỉ trong vài phút, ông ấy cung cấp cho bà L. những thông tin mà bà muốn biết.

Bà L. cảm ơn ông: "Ông vừa làm một việc khiến tôi rất hài lòng khi giao dịch với ông," bà nói. "Khi ông hỏi thông tin cho tôi, ông gọi tôi bằng tên chứ không phải bằng số tài khoản như những giao dịch viên khác. Tôi luôn muốn người ta gọi thẳng tên mình như thế. Tôi có hai tài khoản khác trong một nhà băng ở dãy phố bên cạnh. Mỗi khi tôi yêu cầu thông tin về tài khoản của mình, họ chỉ

luôn gọi tôi bằng số tài khoản chứ không dùng tên. Ông thực sự là người tốt bụng và chu đáo. Trong mấy ngày tới, tôi sẽ chuyển cả hai tài khoản kia qua bên đây hết," bà L. đứng lên và ra về.

Quả thật, ba ngày sau, bà chuyển cả hai tài khoản có trị giá 22.000 đô la từ nhà băng khác sang nhà băng này - nơi có người giao dịch viên đã ân cần gọi bà bằng tên chứ không phải bằng số!

Kỳ thực, người giao dịch viên đó cũng là một người tôi quen. Một tháng sau câu chuyện trên, tôi được gặp ông.

"Cậu còn nhớ người khách hàng mà tôi đã gọi bằng tên chứ không phải bằng số mà tôi từng kể cho cậu nghe chứ?"

Hiển nhiên là tôi nhớ.

"Sau đó bà ấy có kể tôi nghe về người chồng đầu tiên của bà. Họ đã ly dị, và ông ấy đang ở trong tù."

Người phụ nữ ấy bước vào nhà băng vì chuyện cá nhân. Lúc người giao dịch viên gọi bà ấy bằng tên chứ không bằng số, tâm trí của bà ấy được thâm nhập ngay lập tức và bà đã rất cảm kích dù người giao dịch viên chỉ đang làm tốt công việc của mình chứ không có ý gì khác.

Bà ấy đã lắng nghe và phản ứng theo cách riêng của mình, vì sự ân cần của người giao dịch viên vô tình gợi cho bà ấy nhớ về những trải nghiệm cảm xúc mà bà từng có với chồng.

Bạn đã rút ra được bài học cho mình thông qua câu chuyện trên: Chỉ vài lời nói Thôi Miên Cảm Xúc của một nhân viên đã giúp nhà băng có thêm ngay 22.000 đô la? Chắc chắn là phải có rồi.

Mỗi người chúng ta đều có một quá khứ đầy ắp những trải nghiệm cảm xúc với nhiều người khác nhau, mà đặc biệt là người yêu hay chồng hoặc vợ mình. Chúng ta đã từng ít nhiều trải qua những phản ứng xúc cảm tốt lẫn xấu từ những lời nói và hành động đã thâm nhập tâm trí chúng ta.

Cả những người khác - những người làm việc cho chúng ta, song hành cùng chúng ta hoặc chống lại chúng ta - cũng từng có những trải nghiệm tương tự.

Ở Phoenix bang Arizona, một phụ nữ nọ gọi điện cho một anh thợ sửa mái nhà đến lắp mái mới cho nhà của cô. Người thợ hoàn tất công việc của mình và nhận thù lao. Một thời gian sau, cô nhóm

lửa trong bếp lò để nấu ăn. Chỉ chưa đầy hai mươi phút, toàn bộ ngôi nhà ngập trong khói và cô chủ nhà phải gọi cứu hỏa. Kết quả điều tra cho thấy nguyên nhân vụ việc là do anh thợ đã đãng trí, quên lắp ống khói trở lại sau khi sửa xong mái nhà cho cô này!

Vâng, dù chúng ta là anh thợ sửa mái nhà hay người phụ nữ ở nhà băng, tâm trí chúng ta luôn bị phân tán, đầy những mối bận tâm và lo toan của cuộc sống. Không một ai có thể khiến chúng ta phải lắng nghe trừ phi những ngôn từ và hành động của người đó chạm được vào Bộ Tứ Quyền Lực trong Tử Huyệt Cảm Xúc của chúng ta.

Chúng ta là con người, những sinh vật sống bằng cảm xúc.

Chúng ta thích được gọi bằng tên chứ không phải bằng số, dù chồng trước của chúng ta có đi tù hay không!

Giải mã sự khác biệt giữa chúng ta

Trong mọi mối quan hệ, từ xã giao cho đến bán buôn, từ tình yêu đến hôn nhân, vai trò của Thôi Miên Cảm Xúc là không thể chối cãi. Sự Thôi Miên Cảm Xúc khi được định hướng đúng sẽ giúp bạn thôi miên được bất kỳ ai, làm cho đối phương phải lắng nghe mình và kích hoạt được những kết quả như mong muốn.

Để hiệu quả thực sự, sự kích hoạt đó cũng phải được thực hiện đúng lúc và ở đúng nơi tạo cảm xúc.

Vào một ngày mùa thu nọ ở thành phố Boston, tôi ở trong một cửa hàng thời trang nữ với một chị nhân viên bán hàng đang chán nản thì bất chợt, một nữ khách hàng trẻ trung, xinh đẹp bước vào. Cô ấy trông như đang tuổi dậy thì. Cô đến cửa hàng để tìm kiếm một chiếc áo choàng mới được quảng cáo trên một tờ báo buổi sáng.

Cô trình bày thẳng thắn với người bán hàng: “Có thể trông tôi hơi trẻ, nhưng thực chất tôi đã hai mươi mốt tuổi rồi!”

Chị nhân viên bán hàng nhún vai, bước tới một dãy áo và nói, “Yên tâm. Tôi sẽ chọn cho cô một cái áo thật đẹp. Hôm nay chúng tôi cũng vừa có vài mẫu mới để khách hàng chọn lựa.”

Suốt hơn hai mươi phút sau đó, cô gái trẻ đã mặc thử hơn bảy bộ cánh.

Trong khi ấy, tôi đang đợi một nhân viên tiếp thị của cửa hàng.

Anh ta tới nơi và thấy tôi rất quan tâm đến tình huống đang diễn ra giữa vị khách nữ trẻ và chị bán hàng.

Tôi cười và yêu cầu anh ta cùng mình tiếp tục theo dõi câu chuyện.

Chị bán hàng bắt đầu mất kiên nhẫn với người khách hàng hai mươi mốt tuổi. Chị ta kêu một người bán hàng khác tiếp cô gái thay mình. Người bán hàng thứ hai - sau một hồi mang thêm mấy bộ quần áo mới cho cô gái thử - cũng nản đến nỗi cầu cứu viên quản lý cửa hàng.

Anh bạn tôi - người nhân viên tiếp thị - ngồi bên tôi và nói: "Đó là loại khách chỉ đi xem hàng thôi chứ không có ý định mua. Cô ta chỉ khiến chúng tôi mất thời gian!"

Tôi lắc đầu, "Tôi thừa nhận có những khách hàng như vậy thật," tôi nhấn mạnh, "nhưng không phải cô gái này. Cô ấy sẽ vui vẻ mua hàng nếu các anh chị nói được điều mà cô ấy muốn nghe!"

"Cô ta mà muốn nghe điều gì chứ?" Anh bạn tiếp thị viên của tôi giễu cợt.

"Tôi tin rằng cô ấy muốn nghe ai đó nói rằng chiếc áo choàng len màu xám mà cô ấy đang mặc, cũng như bất kỳ bộ cánh nào khác trong cửa hàng, sẽ giúp cô ấy trông già dặn, chững chạc và xinh đẹp hơn!"

"Già hơn ư? Làm sao mà..."

"Cứ thử đi rồi biết." Tôi hối thúc anh bạn tiếp thị. "Rồi anh sẽ thấy!"

Với một nụ cười ngơ ngác, anh bạn tôi gia nhập câu chuyện đang diễn ra giữa những người bán hàng và cô khách hàng trông trẻ hơn tuổi thật của mình.

Anh bạn đó trước đây cũng từng là nhân viên bán hàng. Anh khiến cho mọi người ở đó bàng hoàng khi ngay lập tức bắt nhịp với cô gái:

"Cái áo choàng xám cô đang mặc không hợp với cô tí nào!"

Anh ta nhanh chóng ước lượng cỡ áo, rồi sải bước nhanh đến dãy áo nọ và lấy ra một chiếc áo choàng xanh lá cây với những họa tiết rất ấn tượng.

“Đây chính là chiếc áo dành cho cô,” anh hùng hồn tuyên bố và đưa ngay chiếc áo cho cô gái, “Nó sẽ giúp cô trông già dặn, chững chạc và xinh đẹp hơn!”

Người nữ khách hàng nhìn chằm chằm anh bạn tôi còn hơn cả nhìn cái áo. Cô thử ngay chiếc áo, xoay người hai lần rồi đứng trước gương. Cô gật đầu, “Đây chính là chiếc áo tôi cần. Tôi sẽ mua nó!”

Những người bán hàng khác ngay lập tức mắt chữ A, mồm chữ O.

Chị bán hàng đầu tiên bước ra, tỏ vẻ hờn dỗi và nói: “Cái áo đó đắt hơn 5 đô la so với những chiếc khác cô à,” chị ta nghiến răng với vẻ cáu kỉnh. “Nếu hồi nãy tôi biết cô thích một chiếc áo hàng hiệu như thế này thì...”

Chính tôi cũng nín thở lúc đó.

Anh bạn đáng thương của tôi đã vớ nhầm dãy áo hàng hiệu vì không biết cách bài trí, sắp xếp sản phẩm trong cửa hàng này.

“Ồ, không sao,” người nữ khách hàng cười lớn. “Tôi thích chiếc áo này, nên có đắt hơn vài đô cũng vẫn đáng! Cho áo vào hộp giúp tôi nhé.”

Sau đó, tôi và anh bạn ấy ăn trưa cùng nhau và tranh luận về những gì đã diễn ra.

Đầu tiên, một mẩu quảng cáo trên báo đã xui khiến cô gái trẻ đến cửa hàng quần áo. Đó cũng là lúc sự xui khiến dừng lại!

Bạn đã thấy, nếu những người bán hàng ngày hôm đó không nói được trúng Tử Huyệt Cảm Xúc của cô gái, họ đã mất đi một khách hàng tiềm năng. Trên thực tế, quá nhiều giao dịch lẽ ra có thể thành công đã bị phá hỏng bởi người bán hàng thiếu kỹ năng Thôi Miên Cảm Xúc. Bán hàng cũng là một hình thức giao tiếp, vì chúng được thực hiện bởi con người. Nơi đâu có con người, nơi đó sẽ có những cảm nhận và phản ứng xúc cảm khác nhau được khơi gợi bởi những hành động và ngôn từ của họ. Đôi khi chỉ một câu nói vô tình cũng đã hé lộ cho bạn biết đích xác Tử Huyệt Cảm Xúc của đối phương nằm ở đâu trong Bộ Tứ.

“Có thể trông tôi hơi trẻ, nhưng thực chất tôi đã hai mươi mốt tuổi rồi!” Một câu tự giới thiệu thoáng qua của cô gái nhưng nó đã thể hiện được góc nhìn cảm xúc của cô.

Có thể động cơ mua hàng của cô ấy xuất phát từ suy nghĩ thường gặp của cánh mày râu hoặc một cậu bạn trai nào đó đại loại rằng: "Cô ấy rất xinh đẹp và dễ thương, nhưng tôi không thích đi bên cạnh một cô nàng trông như trẻ con!"

Hãy lưu ý đến những hoàn cảnh xung quanh cuộc sống của bạn.

Mặc dù tất cả chúng ta đều chịu sự chi phối của Bộ Tứ Quyền Lực trong Tử Huyệt Cảm Xúc, nhưng đôi khi bạn vẫn cần phải có một sự hiểu biết thấu đáo và cụ thể về đối phương để thành công.

Lý do anh bạn tiếp thị của tôi chưng hửng khi tôi yêu cầu anh ta dùng từ "già dặn" với người nữ khách hàng là vì nó trái với suy nghĩ thông thường, rằng hầu hết chúng ta đều sợ già và mong muốn mình trông trẻ hơn tuổi - một Tử Huyệt Bản Thân được khai thác rất phổ biến trong các quảng cáo dành cho phụ nữ. Nhưng cô gái này không thuộc số đông đó; cô đã trưởng thành nhưng lại trông trẻ hơn tuổi thật của mình. Do vậy, việc tác động vào ước muốn được già dặn hơn cũng như nỗi sợ trẻ của cô mới là phương án hiệu quả trong trường hợp này. Riêng với cô gái này, mối bận tâm về hình thức hẳn là xuất phát từ một động cơ thuộc phạm trù Tình Yêu.

Lúc cô gái ấy đi mua áo, cô đã rất lo âu về yêu cầu khác người của mình. Nên khi đối diện với chị bán hàng, cô lại chọn cách hành xử theo Danh Tiếng thay vì nói thẳng ước muốn được già dặn hơn của Bản Thân.

Cô thực sự mong muốn người bán hàng nhận ra và đáp ứng được nhu cầu cảm xúc thầm kín của mình. Câu nói "Nó sẽ giúp cô trông già dặn, chững chạc và xinh đẹp hơn!" đã làm được điều đó, nên vấn đề Tiền Bạc gần như không còn quan trọng!

Cảnh giác với sự Phán Đoán Chớp Nhoáng

Đôi khi, những hành vi và lời nói của bạn khiến cho người đối diện có một phản ứng vội vàng, thiếu suy nghĩ, một ấn tượng hay một sự "phán xét chớp nhoáng" không thực sự đúng với thực tế.

Hãy thận trọng!

Một khi được trang bị những kiến thức về Bộ Tứ Quyền Lực trong Tử Huyệt Cảm Xúc, bạn hoàn toàn có thể "xem mặt mà bắt hình dong" chính xác.

Như chúng ta sẽ thấy trong những phần kế tiếp, những câu trả lời

vội vàng và phán quyết chớp nhoáng cũng là những phản ứng xúc cảm trong giao tiếp. Chúng thậm chí tiết lộ cho bạn biết động cơ thực sự vì sao đối phương làm thế này mà không làm thế khác.

Có một ông chủ thầu xây dựng đang bực tức. Đã sáu tháng trôi qua mà vị khách hàng tên H. vẫn chưa thanh toán tiền công cho ông. Ông chủ thầu đã viết rất nhiều thư gửi ông H. mà trong đó, ông đã dùng đủ mọi lý lẽ từ nhắc nhở, năn nỉ cho đến đe dọa kiện ra tòa, nhưng ông H. vẫn không hồi âm hay thanh toán tiền công. Ông chủ thầu chuyển qua dùng điện thoại và hai lần gọi được cho vợ ông H. Trong cả hai lần bà vợ đều trả lời đại loại là: "Ông H. hiện tại cũng đang gặp khó khăn tài chính. Xin ông hãy kiên nhẫn, chắc chắn ông nhà tôi sẽ thanh toán đầy đủ chi phí cho ông."

Ông chủ thầu chờ mãi vẫn không nhận được một sự hồi âm trực tiếp từ ông H.!

Đến một ngày nọ, cậu con trai mười tám tuổi của ông đề nghị: "Bố ơi, nếu bố có thể khiến cho ông H. nhớ lại là ông ấy đang nợ tiền bố, biết đâu ông ấy sẽ thanh toán tiền công cho mình trước các khoản nợ khác!"

"Ôi con trai," ông chủ thầu thở dài, "bố phải làm sao thì ông ta mới nhớ đây?"

Cậu con trai, vốn có khiếu hài hước, đề nghị bố tiếp tục gửi thư nhắc nhở ông H., nhưng kèm trong thư là một tấm hình gia đình mình. Đó là một tấm ảnh chụp ông cùng vợ, cậu con trai và hai cô con gái nhỏ. Bên dưới tấm ảnh, ông ghi: "Năm con người này là NĂM lý do vì sao tôi đang cần tiền gấp!"

Quả thực, tấm ảnh gợi nhắc về gia đình đã lay động tâm trí ông H. Ông có ngay một "phán quyết tức thời" cho tình huống và gửi thư trả lời ngay lập tức.

Trong lá thư của mình, ông H. cũng gửi kèm một tấm ảnh chụp một phụ nữ tóc nâu mặc đồ bơi bó sát gợi cảm. Dưới tấm ảnh, ông viết: "Đây là lý do vì sao tôi chưa có tiền trả cho ông ngay lúc này!"

"Tuyệt vời bố à," cậu con trai ông chủ thầu hí hửng, "Đây là lần đầu tiên bố nhận được thư hồi âm từ ông H. mà, đúng chứ? Cuối cùng bố cũng đã gây được ấn tượng trong đầu ông ấy." Cậu con trai chỉ vào tấm ảnh người phụ nữ tóc nâu và nói, "Lần tới, mỗi khi ông H. muốn chi tiền cho cô bồ nhí đào mỏ này, ông ta sẽ phải nghĩ đến năm lý do vì sao mình phải trả tiền cho bố." Cậu nháy

mắt với bố, “Còn nếu ông ta vẫn không trả, ông ta phải biết rằng chúng ta hoàn toàn có thể gửi tấm ảnh này cho vợ ông ta!”

Những tiên đoán của cậu con trai hoàn toàn chính xác.

Ngay sau đó, ông H. đã nghiêm chỉnh thanh toán toàn bộ số nợ và yêu cầu hai bố con ông chủ thầu trả lại tấm ảnh!

Lá thư yêu cầu thanh toán tiền nợ thông qua một bức ảnh gia đình - một yếu tố thuộc phạm trù Bản Thân - đã tạo ra một chuỗi hiệu ứng cảm xúc. Nó phá vỡ sự im lặng của ông H., tạo một ấn tượng mạnh mẽ trong đầu ông và khiến ông ta buộc phải trả lời ngay bằng thư tay kèm với tấm ảnh bồ nhí.

Hầu hết chúng ta đều đã từng ít nhiều có những khoảnh khắc thiếu suy nghĩ như thế trong đời. Khi chúng ta “làm trước - nghĩ sau”, nghĩa là chúng ta đang có một điều gì đó rất bức bối “trong tâm trí”. Trừ những lúc tâm trí rỗng không, bất kỳ thứ gì tồn tại trong tâm trí chúng ta trong mọi lúc, mọi nơi đều có mối liên hệ với Bộ Tứ Quyền Lực trong Tử Huyệt Cảm Xúc. Bộ Tứ Quyền Lực này chi phối tất cả chúng ta, bất kể chúng ta làm nghề gì. Chúng quyền lực đến nỗi kể cả những con người đang làm những công việc lý trí bậc nhất thế giới cũng phải chào thua, như trong câu chuyện sau đây.

Trong tờ Lyons Den, nhà báo Leonard Lyons đã viết một chuyên mục kể câu chuyện để đời về mấy tay thám tử Chicago - những người phải ôm hận vì chính những phán quyết thiếu suy nghĩ của mình còn hơn là ông H. xấu hổ về cô bồ nhí!

Một người đàn ông tên “Champ” Segal từng làm quản lý cho vận động viên quyền anh Charles “Phil” Rosenberg, nhà vô địch hạng ruồi của thế giới. Trong thời điểm cuộc chiến chống buôn lậu ở Chicago đang dầu sôi lửa bỏng vào thời của Capone, những thám tử này bất ngờ chặn bắt “Champ” ở ngay sảnh khách sạn nơi ông ta ở.

Cho rằng ông ta chính là kẻ khả nghi, các thám tử nhanh chóng lục soát khắp người Segal một cách bài bản. Trong một túi áo của Segal, họ tìm thấy một danh thiếp được in chữ như sau:

CHARLES “PHIL” ROSENBERG

NHÀ VÔ ĐỊCH THẾ GIỚI HẠNG RUỒI

Các thám tử ngay lập tức bối rối, “Xin lỗi, Charlie. Chúng tôi

nhầm."

Họ ngay lập tức bỏ đi mà không chú ý đến Segal, người có chiều cao hơn một thước tám và nặng hơn 90kg!

Tấm danh thiếp đã kích hoạt một "cảm nhận" Danh Tiếng trong các thám tử, khiến họ bối rối và phán đoán thiếu suy nghĩ đến nỗi không thèm để ý đến mâu thuẫn giữa tấm danh thiếp và kích cỡ thật của người đàn ông mình đang lục soát!

Biết người biết ta, trăm trận trăm thắng!

Chúng ta không giống nhau.

Trong cùng một tình huống hay câu chuyện, mỗi người sẽ có một cách phản ứng khác nhau và riêng biệt.

Renee, một cô nàng đã ly dị chồng, nói tiếng Anh với chất giọng Pháp vui tươi và mặc một chiếc áo đầm xanh lam rất quyến rũ. Ngày hôm đó, cô kể chuyện cười cho năm người bạn - gồm ba phụ nữ và hai người đàn ông - cùng nghe trong một bữa tiệc cocktail.

Hai trong số ba người phụ nữ đã có gia đình, một trong hai người này không hạnh phúc trong hôn nhân. Người phụ nữ thứ ba 39 tuổi, đang ước ao kiếm được một tấm chồng tử tế vì đã quá mệt mỏi với những cuộc hẹn hò và cưa cẩm không kết quả.

Một trong hai người đàn ông đã góa vợ. Ông này thể trạng khá yếu nhưng tinh thần lại rất ham vui. Ông còn lại thì không chịu nổi bà vợ quá quắt đã chung sống cùng mình trong mười bốn năm, nên hiện giờ ông chỉ tìm niềm vui bên chai whisky.

Renee kể câu chuyện về một vị bác sĩ tâm thần đang điều trị cho một nữ bệnh nhân. Cô này khăng khăng rằng mình có đến bốn ông chồng và yêu cả bốn ông vì những lý do khác nhau. Điều thú vị là các ông chồng không hề biết đến sự tồn tại của nhau. Cô bệnh nhân này bảo mình chưa bao giờ ly dị một ai, đã chung sống hòa thuận với cả bốn ông lần lượt trong hai ngôi nhà riêng và hai căn hộ chung cư. Cô ấy đã duy trì "trò chơi tình ái" được ba năm; và giờ thì cô thực sự cần được giúp đỡ. Trong lúc cô vẫn đang bận rộn sắp xếp thời gian cũng như những cái cớ hợp lý để tiếp tục cuộc sống kỳ lạ đó, cô đã "cảm nắng" một anh chàng thứ năm, mà người này cũng yêu và muốn cưới cô. Anh chàng này là ông chủ của một công ty chuyên cung cấp dịch vụ tìm người lạc. Như thường lệ, anh ta không biết gì về những người chồng thứ nhất, thứ hai, thứ ba và thứ tư của cô.

Cô nàng Renee 33 tuổi sôi nổi, hoạt bát, vừa kể chuyện vừa kịch tính hóa câu chuyện bằng những cử chỉ, biểu cảm sinh động trên khuôn mặt và những động tác lắc lư đầy khêu gợi. Ngoài mặt, cả năm vị khán giả đều tỏ ra chăm chú lắng nghe và cười khoái trá trước câu chuyện của Renee.

Nhưng bên trong, mỗi người họ lại đang có những suy nghĩ rất khác nhau.

Việc Renee đề cập đến một ông bác sĩ tâm thần khiến bà vợ đang không hạnh phúc trong hôn nhân nhớ đến chồng mình; bà đang tự hỏi không biết có nên đưa chồng đi khám tâm thần hay không. Ngay sau suy nghĩ vẩn vơ này, bà ta lại nghĩ: "Ai đã làm tóc cho Renee mà đẹp thế nhỉ? Mình phải hỏi cô ấy mới được."

Còn người phụ nữ đang hạnh phúc trong hôn nhân thì nghĩ: "Không thể tin nổi là trên đời này có hạng phụ nữ như thế, có bốn ông chồng một lúc? Chẳng phải một đã là quá đủ rồi sao? Dù gì đi nữa, Renee cũng nên cẩn thận với những cử chỉ của mình. Rồi sẽ có ngày cái áo đầm xanh hở hang đó gây rắc rối cho cô ta!"

Còn bà chị độc thân thì thở dài ngao ngán: "Cô này 'ẵm' được đến tận bốn chàng, còn mình chẳng vớ được dù chỉ một ông!"

Quý ông góa vợ thì không thể tưởng tượng nổi làm sao mà một người phụ nữ có thể thỏa mãn nhu cầu và chăm lo được cho cả bốn ông chồng cùng một lúc. Ngoài ra, ông ta cũng để ý đến từng cử chỉ kéo áo khêu gợi của Renee và ao ước mình được trẻ lại hai chục tuổi để có thể "cưa cẩm" cô nàng.

Người đàn ông còn lại thì đã chếnh choáng. Ông ta lặng lẽ thở dài: "Renee có thể là một cô nàng hấp dẫn để 'rước về dinh', nhưng chỉ được một thời gian, thế nào cô ta cũng trở nên lôi thôi, lếch thếch và quá quắt như bao bà vợ khác."

Ông ta nốc thêm một ngụm whisky, lầm bầm rằng ở với chai rượu vẫn sướng hơn, vì chai rượu "không biết đay nghiến"!

Bằng một cái nháy mắt tinh nghịch, Renee kết thúc câu chuyện với một câu nói không thể buồn cười hơn, còn năm vị khán giả ồ lên một tràng cười sảng khoái.

Nhưng thực ra, có phải tất cả bọn họ đều thích câu chuyện?

Không hề.

Bao nhiêu người có thể kể lại câu chuyện đó? Hai là cùng.

Bao nhiêu người sẽ kể lại nó cho người khác? Chắc chỉ có một.

Bạn đoán ra nhân vật nào trong số năm người đã lắng nghe chăm chú từ đầu đến cuối, nhưng sẽ không kể lại cho người khác?

Chính là người phụ nữ chưa chồng, người đã quá mệt mỏi với việc tìm kiếm một tấm chồng xứng đáng. Từ đầu đến cuối, chị này đã bị tác động mạnh mẽ về mặt cảm xúc - một tác động buồn chứ không vui - bởi yếu tố Tình Yêu trong câu chuyện về một phụ nữ sở hữu đến bốn ông chồng nhưng chưa ly dị lần nào, đã vậy còn có cơ may vớ được thêm một chàng thứ năm.

Vậy thì có phải tất cả những người phụ nữ độc thân 39 tuổi giống chị ta đều có Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo là Tình Yêu như thế?

Câu trả lời là không.

Tôi chia sẻ câu chuyện trên chỉ để chứng minh rằng, một nhóm người bất kỳ luôn được làm nên bởi nhiều cá nhân. Những cá nhân này sở hữu những điểm mạnh và điểm yếu cảm xúc khác nhau liên quan đến Bản Thân, Tiền Bạc, Tình Yêu và Danh Tiếng của mình.

Mặc dù mỗi người sẽ có cách phản ứng khác nhau đối với cùng một câu chuyện hay tác nhân kích thích, tất cả họ chỉ phản ứng khi và chỉ khi những yếu tố thuộc Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc đủ mạnh để xé toạc cảm xúc của họ.

Chúng ta luôn là một phần của nhiều kế hoạch, bài hát, câu chuyện, chiến dịch quảng cáo, chiến dịch bán hàng, những cuộc thất tình hoặc những sự ngạc nhiên thú vị trong cuộc sống. Chúng ta cũng là những người viết truyện, diễn giả, người quan sát, người đọc và người nghe. Vô số những mong ước, hy vọng và lo toan về Bản Thân, Tình Yêu, Tiền Bạc và Danh Tiếng luôn tồn tại trong chúng ta. Chúng cũng luôn hiện hữu bên trong những người nghe, đối tượng và khán giả của chúng ta.

Thi thoảng, một sự Thôi Miên Cảm Xúc nào đó lại có tác động đặc biệt mạnh đối với một cá nhân nhất định hơn là những người khác.

Có những khi chúng ta chẳng thể nào tìm hiểu được thông tin gì về đối tượng, người nghe hoặc độc giả của mình cho đến khi được tiếp xúc trực tiếp với họ. Nếu chúng ta chỉ giao tiếp trên truyền

hình, video, báo chí, tạp chí, quảng cáo hay truyền thông nói chung, chúng ta sẽ chẳng bao giờ nhìn thấy hay gặp được những khách hàng, độc giả và khán giả của mình. Đây cũng là lý do vì sao Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc phải đóng vai trò trung tâm trong mọi cuộc giao tiếp thành công của bạn.

Chúng ta đều biết rằng con người luôn bận rộn. Chúng ta đã biết, rằng những thông điệp của mình chỉ có thể "đến" được với người nghe khi chúng ta tác động được vào Tử Huyệt Cảm Xúc thích hợp của họ. Chúng ta xác định Tử Huyệt Cảm Xúc thích hợp của người nghe nhờ vào Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc - những nhân tố Thôi Miên Cảm Xúc luôn khiến con người phản ứng bằng cách này hay cách khác.

Vì sao?

Vì Thôi Miên Cảm Xúc là một hoạt động điều khiển hay xui khiến người khác phải lắng nghe bạn - cả những thông tin có thật lẫn những sự kiện mơ hồ, lãng mạn.

Những nỗi sợ hãi, hy vọng, nhu cầu, thái độ và lo lắng chính là những điểm mạnh và điểm yếu của chúng ta về mặt cảm xúc. Vì là những cá nhân khác nhau, chúng ta sẽ phát sinh nhiều phản ứng xúc cảm khác nhau kể cả khi chúng ta thuộc cùng một nhóm đối tượng hay khán giả.

Một nữ cộng tác viên nọ viết bài gửi cho ban biên tập tạp chí Living Magazine. Trong đó cô nhận xét về những khán giả đến rạp xem phim như sau:

"Sẽ là lý tưởng nếu như tất cả khán giả đều háo hức với thứ tình yêu trên phim," cô gái này viết, "Thế nhưng, thực tế là mỗi người phản ứng lại rất khác nhau: một cậu bé 14 tuổi cho rằng tình yêu là bậy bạ; một cặp đôi cùng 21 tuổi yêu nhau say đắm suốt bộ phim; một bà chị ế chồng 35 tuổi đang dần mất hy vọng vào tình yêu; một bà mẹ 42 tuổi nghiện công việc. Thử yêu cầu họ đánh dấu và ghi nhớ những trích đoạn họ ưa thích nhất và những chỗ họ không thích nhất trong bộ phim, rồi bảo họ trả lời câu hỏi: 'Bạn nhớ được bao nhiêu lời thoại trong những đoạn đó?' Câu trả lời chắc chắn là rất ít. Thế nhưng, dù khác biệt đến đâu chăng nữa, những khán giả này vẫn cùng sở hữu những bản năng và cảm xúc tương tự nhau trên khía cạnh cá nhân lẫn tập thể. Tất cả họ đều có phản ứng với bộ phim kể cả khi những phản ứng đó không được thể hiện rõ ràng ra bên ngoài!"

Suốt quá trình phát triển của con người, Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc luôn là những tác nhân đủ mạnh để phá vỡ sự mất tập trung và củng cố giao tiếp giữa người nói và người nghe, giữa nhà văn và độc giả, giữa diễn viên và khán giả, giữa thầy và trò trong mọi hoàn cảnh và tình huống. Chúng là phương cách cơ bản giúp bạn tiếp cận người nghe và gắn kết với họ về mặt cảm xúc. Cho dù người nghe của bạn là một người, một nghìn người, một triệu người hoặc hơn, bạn vẫn phải tôn trọng và ưu tiên những thái độ, cảm xúc của họ nhiều hơn là của bạn, nếu bạn muốn họ lắng nghe mình.

Chuyện về "Câu đố của Homer[1]" sẽ giúp bạn sáng tỏ điều này.

[1] Homer là đại thi hào người Hy Lạp cổ đại. Ông là tác giả của nhiều kiệt tác văn chương để đời, nổi tiếng nhất là trường ca Iliad và Odyssey. Không ai rõ năm sinh - năm mất của ông, nhưng phần lớn các nhà nghiên cứu hiện nay đoán chừng ông sống vào khoảng thế kỷ VII và thế kỷ VIII trước Công nguyên.

Ở đất nước Hy Lạp cổ đại có một người tên là Homer. Ông ta rất tự hào về bản thân bởi khả năng giải đáp được hầu như mọi câu đố và những vấn đề hóc búa nhất trên đời. Do vậy, ông được công chúng vinh danh là một trong những học giả uyên bác nhất thành Hy Lạp.

Hiển nhiên, sự tôn vinh đó khiến Homer rất hãnh diện.

Một ngày nọ, Homer nhận được một câu đố như sau:

"Những ngư dân lên thuyền đi đánh cá. Thứ gì họ bắt được, họ ném đi. Những gì họ không bắt được, họ giữ.

Đó là cái gì?"

Homer trầm tư suy nghĩ, nhưng nghĩ mãi không ra câu trả lời. Suốt nhiều năm trời, ông ta phân tích câu hỏi bằng nhiều cách, thậm chí thực nghiệm bằng việc lên thuyền đi đánh cá cùng những ngư dân địa phương.

Vì không đưa ra được lời giải nên danh tiếng của Homer bị tổn hại. Các học trò bắt đầu mất niềm tin vào sự thông thái của ông. Thật không may, ngay cả Homer cũng mất niềm tin với chính mình và qua đời trước khi giải được câu đố bí ẩn đó.

"Những ngư dân lên thuyền đi đánh cá. Thứ gì họ bắt được, họ ném đi. Những gì họ không bắt được, họ giữ. Đó là cái gì?"

Câu trả lời là:

“CHẤY RẬN!”

Homer mất tất cả danh tiếng chỉ vì không giải đáp được một câu đố cỏn con[2]. Ngày nay, chúng ta có thể đánh mất danh tiếng, tiền bạc, tình yêu, mạng sống và thậm chí hạnh phúc cả đời nếu không giải mã được những bí ẩn về Cảm Xúc của đối phương.

[2] Nhiều người cho rằng lý do Homer không trả lời được câu đố là vì ông vốn bị mù, nên đã không quan sát thấy thói quen bắt chấy rận của ngư dân.

Có thực là chúng ta có thể điều khiển được những phản hồi của người khác đối với những ngôn từ và hành động của chúng ta trong gia đình, trong hôn nhân, trong các mối quan hệ cá nhân, quan hệ công việc cũng như trong chuyên môn nghề nghiệp?

Hoàn toàn có thể! Một khi chúng ta nắm bắt được những góc nhìn cảm xúc của bản thân và của người khác trên cơ sở Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc.

Chúng ta sẽ làm được một khi tìm ra nhân tố Thôi Miên Cảm Xúc chủ đạo có tác dụng “công phá” mọi sự phân tán suy nghĩ và gắn kết chặt chẽ Chủ Đề giao tiếp với Người Nghe.

Chúng ta bắt đầu bằng việc khám phá từng Tử Huyệt Cảm Xúc một.

Đầu tiên sẽ là Tử Huyệt Bản Thân!

Chương 4

VẬN DỤNG TỬ HUYỆT BẢN THÂN TRONG PHƯƠNG PHÁP THÔI MIÊN CẢM XÚC

Gần 12 giờ đêm, một nửa khách khứa trong hộp đêm đang "mắt nhắm mắt mở" chuẩn bị ra về thì người chủ xị bất ngờ mời đến một vị khách đặc biệt.

"Xin giới thiệu với mọi người, một SÁT THỦ đến từ BROOKLYN!"

Tất cả mọi người bất ngờ tỉnh ngủ và im thin thít, quên mất rằng lúc đó đã rất trễ. Mọi con mắt đổ dồn về phía một người đàn ông với khuôn mặt bặm trợn, mũi nhọn hoắt và đôi mày rậm. Ông ta bước ra với bàn tay phải giấu kỹ trong túi áo khoác trông rất bí hiểm.

Người đàn ông bỗng đứng thẳng người, rút tay ra khỏi túi áo và nở một nụ cười.

"Tôi là sát thủ đây," ông ta nói, "một SÁT THỦ DIỆT GIÁN! Tôi làm công việc diệt côn trùng và sâu bọ đã được gần hai mươi năm. Tên tôi là..."

Chỉ trong vòng chưa đầy mười giây, câu nói "Xin giới thiệu với mọi người, một SÁT THỦ đến từ BROOKLYN!" - được khắc họa rõ nét hơn bằng biểu cảm và cử chỉ hầm hố, bí ẩn của người đàn ông nọ - đã xâm nhập vào tâm trí của tất cả khách trong hộp đêm bằng cách đánh động Tử Huyệt Bản Thân của họ, khiến họ đổi ý, không về nhà nữa dù lúc đó đã quá giờ đi ngủ!

Ví dụ thứ hai được tôi trích dẫn từ một chương trình phát thanh

của buổi chiều nọ.

Một nhà phê bình mở đầu buổi thảo luận bằng câu hỏi: "Có khi nào bạn muốn đưa nôi em bé nhà mình bằng một CÂY GẬY ĐÁNH BÓNG CHÀY hay không?"

Ôi thần linh ơi! Ông ta nghĩ gì khi đưa ra một đề nghị như vậy?

Tất cả các bà mẹ và nhiều người khác đều rùng mình khiếp vía khi nghe câu nói trên!

Một bà mẹ mà tôi quen cũng nghe chương trình phát thanh này. Cô ấy kể rằng mình nghe thấy câu hỏi gây sốc đó trong lúc đang ủi quần áo. Tuy nhiên, phản ứng của cô là ấn mạnh bàn ủi xuống để cố gắng là phẳng một nếp gấp vải, đầu thì gật lia lịa đồng tình vì em bé bảy tháng tuổi của cô quấy khóc mãi trong nôi mà không cách nào dỗ cho bé nín được. Cô thực sự bực mình khi nhà còn bao việc!

Một học viên của tôi từng bắt đầu một buổi trò chuyện trong lớp bằng cách lấy ra một chiếc túi giấy. Cậu ta lắc mạnh cái túi ba, bốn lần.

"Trong chiếc túi này," cậu ta trình bày, "chứa đựng nhiều phút giây thư giãn, không khí trong lành và sức khỏe tốt. Nếu có sức khỏe tốt, bạn có thể sống thọ đến hai mươi năm so với tiềm năng hiện tại của mình. Tuy vậy, điều thú vị là," cậu học viên của tôi nhấn mạnh, "toàn bộ những gì được chứa trong chiếc túi này có giá không đến năm cent!"

Tất cả những người khác trong lớp học đều tò mò và chăm chú nhìn cậu học viên này mở chiếc túi ra rồi đổ nó lên tay trái của mình.

"Đây là hạt bồ câu!" - cậu ta nói lớn. "Bạn dùng chúng để nuôi chim bồ câu. Nuôi bồ câu là sở thích của tôi. Ngay bây giờ tôi sẽ giải thích cho các bạn hiểu, vì sao sở thích này rất thú vị và tốt cho sức khỏe của mọi người."

Toàn bộ những người xung quanh đều rất háo hức muốn nghe tiếp bởi tính chất Thôi Miên Cảm Xúc của phần trình bày này!

Tử Huyệt Bản Thân hiện hữu trong mỗi cá nhân cũng như mọi khán giả.

Trong một đêm mưa gió, cô R. đi lên một chuyến xe buýt đang

hướng đến một khu dân cư mà cô chưa từng đặt chân đến. Cơn mưa mỗi lúc một lớn hơn. Xui xẻo thay, cô chẳng mang theo dù, áo mưa hay bất kỳ thứ gì có thể dùng để che mưa được.

Cô R. đưa tờ 1 đô la cho tài xế và nói rằng:

"Anh có thể dừng lại ở đường Số 55 được chứ?"

Bác tài vừa thối tiền cho cô vừa đáp:

"Tôi sẽ cố gắng, tôi sẽ đến đó nếu tôi nhớ được. Mỗi lần thay đổi lộ trình là tôi phải quan sát đường sá rất kỹ và phải luôn luôn giữ chân trên thắng, như thế chẳng dễ dàng gì. Chưa kể đây lại là một đêm mưa gió bão bùng và ngoài cô ra còn có năm người khác cũng muốn tôi lái xe đưa về nhà họ. Như đã nói, tôi sẽ đến đó nếu như tôi nhớ được!"

Cô R. hoàn toàn có thể để mặc bác tài tự quyết định và hy vọng rằng ông ta sẽ nhớ. Nhưng nếu ông ta không nhớ? Cô sẽ bị trễ một cuộc hẹn quan trọng, hoặc cô phải xuống xe ở một nơi xa lạ và ướt như chuột lột vì dầm mưa đi bộ.

"Tôi nói, anh hãy chở tôi đến đường Số 55," cô R. nhấn mạnh lời yêu cầu của mình với người tài xế. "Họ đang đào đường phía trước. Nếu như anh không chạy chậm và dừng lại ở đường Số 55, anh có thể gây tai nạn!"

Sau đó, cô khoan thai nhét tiền vào túi và trở lại chỗ ngồi của mình.

Người lái xe là một bác tài dày dạn kinh nghiệm, đã từng qua lại con đường đó nhiều lần và biết rằng ở đó không hề đào đường. Nhưng trước lời yêu cầu quyết đoán của cô R., ông quên cả trạm dừng của những khách hàng trước và làm theo lời cô. Ông thực sự giảm tốc độ lúc gần đến đường Số 55.

"Đã đến đường Số 55 thưa cô," ông nói, "nhưng tôi không thấy người ta đào đường như cô nói?"

Cô R. cảm ơn ông, xuống xe và không trả lời. Câu nói đánh động Tử Huyệt Bản Thân của bác tài - nỗi sợ gây tai nạn, thương tật hoặc tử vong - đã hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ điều khiển tâm trí bận rộn của người tài xế để giúp cô đạt được ưu tiên về điểm đến!

Nhiều học viên khác trong lớp của tôi đã hỏi cô R. lý do vì sao cô

lại phải dùng đến Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc trong trường hợp này, cô trả lời:

"Tôi làm như thế bởi vì tôi có một cuộc hẹn cực kỳ quan trọng vào ngày hôm ấy. Những hành khách khác trên chuyến xe yêu cầu bác tài chở họ đến tận nơi với nhiều lý do khác nhau, nhưng cuộc gặp này vô cùng quan trọng với tôi nên tôi đành phải giở tiểu xảo một chút thôi."

Giống như ba loại Tử Huyệt kia, Tử Huyệt Bản Thân sẽ giúp bạn "xui khiến" người khác phải lắng nghe, cảm nhận và hành động đúng như bạn muốn nếu biết vận dụng hợp lý. Nó gắn kết chặt chẽ với những nỗi sợ, hy vọng và ước muốn của con người về sự hài lòng, sự an toàn, thoải mái, hiểm nguy, đau đớn, bệnh tật, sức khỏe, chấn thương, hoặc thậm chí là cái chết.

Tử Huyệt Bản Thân cũng liên kết chặt chẽ với tình yêu thương giữa cha mẹ và con cái, giữa chủ và thú cưng, cũng như những mối quan hệ mang tính bảo bọc lẫn nhau. Ngay cả khát khao tự do, nỗi sợ tù túng, những khía cạnh và niềm tin về giao tiếp, tôn giáo cũng là nhu cầu về Bản Thân của mỗi con người.

Muốn tác động vào Tử Huyệt Bản Thân của người khác, bạn phải thuyết phục họ bằng những lợi ích như "được sống lâu hơn" hay "thọ hơn", "có một cuộc sống thoải mái, tiện nghi hơn". Hãy đơn giản hóa mọi công việc để đối phương thấy cuộc sống của họ sẽ không nặng nề, áp lực, hoặc họ sẽ được vui chơi nhiều hơn là làm việc.

Giả sử bạn là một bà nội trợ.

Bạn biết rõ việc làm một chiếc bánh táo thì sẽ mất bao nhiêu thời gian và công sức. Bạn phải chuẩn bị bột làm bánh, đi mua táo rồi mang táo về rửa, gọt vỏ, cắt miếng. Khi mọi nguyên liệu đã được sơ chế xong và bạn có sẵn công thức trong tay, bạn đặt bánh vào trong lò nướng rồi vặn công tắc. Làm bánh táo là một công việc nghiêm túc thực sự, và nó phải tiêu tốn nhiều giờ liền để hoàn tất!

Một ngày nọ, bạn nhìn thấy mẩu quảng cáo trên một cửa hàng, hoặc một người bạn kể cho bạn nghe về một dụng cụ trộn bột bánh mới với bốn chữ hấp dẫn "CHỈ CẦN CHO NƯỚC là xong!" - đúng ngay điều bạn cần, khiến cho Tử Huyệt Cảm Xúc của bạn "rung rinh".

Bốn chữ này đã từng khiến hàng triệu bà nội trợ vui vẻ bỏ tiền đi mua sản phẩm. Điều thú vị là hiệu ứng của chúng đối với khách

hàng nam giới cũng không nhỏ.

Điều quan trọng là bạn phải biết "chắt lọc" những chữ "mấu chốt" và đặc sắc để tạo được Phản Ứng Thôi Miên Cảm Xúc về mặt Bản Thân thật lớn! Như vậy bạn mới có thể giúp các nhà kinh doanh thu về hàng triệu, hàng tỷ đô la nhờ bán các dụng cụ làm bánh, bột bánh, nước ngọt, kem, gel vuốt tóc, sơn, thuốc nhuộm tóc, xà phòng, nước súc miệng, keo dán và nhiều mặt hàng khác nữa.

Bạn cũng từng "trúng chiêu" như vậy, khi người bán hàng tác động đến Tử Huyệt Bản Thân của bạn để thuyết phục bạn mua hàng!

Bạn muốn tác động đến Tử Huyệt Bản Thân của một người? Bạn phải học cách chọn lọc từ ngữ sao cho những từ ngữ đó có khả năng truyền tải một cách nhanh chóng và hiệu quả NHẤT những "thông điệp" và "cảm xúc tích cực" đến với người tiêu dùng, rằng sản phẩm của bạn sẽ giúp khách hàng tiết kiệm được nhiều "thời gian", "công sức" và hạn chế tối đa rủi ro hay rắc rối. Trong trường hợp của bà nội trợ làm bánh kể trên, kể cả khi bà ấy đang phân vân rằng gia đình có đồng ý cho mình bỏ tiền ra để mua bộ dụng cụ làm bánh hay không (sự phân vân này liên quan đến Tử Huyệt Danh Tiếng), nhưng cụm từ "CHỈ CẦN CHO NƯỚC là xong!" mang ý nghĩa tích cực, tiết kiệm thời gian trong quá trình nấu nướng. Nó trở thành một chất xúc tác và tác động đến xúc cảm Bản Thân đủ mạnh để bà ấy muốn mua sản phẩm dùng một lần cho biết!

Con người có cảm xúc, và chúng ta luôn tìm kiếm những cách thức giúp cho cuộc sống của mình thoải mái, tốt đẹp hơn. Do đó, những cảm xúc bên trong thôi thúc chúng ta tìm kiếm sự hài lòng nơi sản phẩm hơn là bản thân sản phẩm. Đây là lý do vì sao ngành công nghiệp Quảng Cáo cũng như giao tiếp nói chung không bao giờ cạn ý tưởng mới: có hàng nghìn nhân tố Thôi Miên Cảm Xúc có thể được bạn khai thác nhằm truyền tải những thông điệp tích cực về dịch vụ, sản phẩm và con người đến người nghe, khách hàng tiềm năng và những mối quan hệ cá nhân như "thả thính" người yêu tiềm năng.

Khi chúng ta mua một thanh kẹo sôcôla, chúng ta sẽ phản ứng ngay theo bản năng của Bản Thân.

Chúng ta mở giấy gói ra và cắn miếng đầu tiên.

Chúng ta vừa nhai vừa nghĩ:

"Mình phải tận hưởng thanh kẹo này thôi... Nó có vị giống như

caramel ấy nhỉ... Nhai những hạt đậu phộng thì giòn giòn, bùi bùi, còn phần nhân gắn kết thanh kẹo thì dẻo dẻo nhỉ?"

Không đâu! Chúng ta không tốn cả đống thời gian chỉ để trần thuật dài dòng lê thê như vậy!

Nếu chúng ta có cảm nhận về thanh kẹo, đó sẽ là những cảm nhận rất ngắn gọn như: "Ngon quá!", "Tuyệt cú mèo!", hoặc "Ngọt tận tim gan!"

Chúng ta mua thanh kẹo để thỏa mãn một nhu cầu của bản thân. Có thể vì chúng ta đang đói bụng, muốn lót dạ, buồn miệng hay đơn giản là "thèm một cái gì đó ngọt ngọt."

Khi sản phẩm thực sự thỏa mãn nhu cầu, chúng ta sẽ cảm thấy vui vẻ và phấn chấn hơn!

Một cụ ông từng thành công trong việc vận dụng Tử Huyệt Bản Thân đối với những người trẻ hơn mình nhiều tuổi.

Ông Y. 82 tuổi có một ngôi nhà cổ đã xuống cấp ở làng quê. Nó nằm cách thị trấn ba trăm dặm và rất cần được sơn lại. Những viên gạch lát thềm thì lung lay, còn phần hiên nhà thì quá hẹp, nó không đủ chứa ba người trở lên khi đứng cùng một chỗ. Căn nhà này "già" gấp đôi chủ nhân của nó. Ông cụ đã liên hệ với một công ty bất động sản nhờ họ giúp ông rao bán căn nhà.

Đã nhiều tháng trôi qua kể từ khi cụ nhờ họ nhưng không tin tức tốt nào được chuyển đến.

Các nhà môi giới bất động sản đã thuyết phục được hơn hai mươi lăm khách hàng đến tham quan căn nhà của cụ Y., nhưng không ai muốn mua vì trông nó quá tồi tàn. Giá nhà ông đề xuất đã rất hợp lý, nên ông Y. cho rằng vấn đề còn lại có thể ở cách mấy tay môi giới chào bán căn nhà chăng?

Cụ Y. đặt quảng cáo bán nhà trên hai tờ báo lớn của thành phố và nhận được sáu cuộc gọi. Trước khi nói chuyện với vị khách hàng tiềm năng đầu tiên, cụ xem xét kỹ lại những ưu điểm nổi bật của căn nhà để tiện trong việc thuyết phục khách hàng. Điểm hấp dẫn nhất của căn nhà lại chính là cái hiên nhỏ: nó nằm ở một vị trí thuận lợi đến nỗi có thể đón ánh nắng trọn vẹn từ sáng đến chiều.

Hầu hết người đi mua nhà bên Mỹ đều ưa chuộng một ngôi nhà có nhiều ánh sáng mặt trời vì chúng sẽ tốt cho sức khỏe; do vậy, câu đầu tiên mà ông cụ nói với những khách hàng tiềm năng của

mình là:

“Ngôi nhà này chỉ dành cho những ai sống lâu trăm tuổi thôi!”

“Tại sao vậy?” Các vị khách đều hỏi lại.

“Các cậu thấy cái hiên nhỏ trước nhà không? Nó có thể đón được nhiều thước vuông ánh sáng mặt trời hơn bất kỳ nơi nào khác trong tiểu bang này đấy!”

Chỉ trong vòng vài ngày, bốn trong số sáu khách hàng tiềm năng của cụ Y. đã quyết định mua căn nhà vì ưu điểm “đón nắng” tối đa của nó!

Cụ Y. không bán những bậc thềm lung lay, những mảng tường tróc nứt hay cái hiên nhỏ. Cụ biết những điểm hạn chế của ngôi nhà. Người ta luôn nói “Tốt khoe ra - Xấu che lại”. Chúng ta không nói dối khách hàng, nhưng chúng ta có quyền phô diễn những điều trung thực và tốt nhất của mặt hàng. Bởi vì nếu bạn không nói ra, khách hàng sẽ chẳng bao giờ chủ động đặt câu hỏi.

Ông cụ đã bán được ngôi nhà thành công nhờ biết chắc rằng phần lớn khách hàng của mình đều khao khát có sức khỏe tốt và được sống lâu - Tử Huyệt Bản Thân của hầu hết chúng ta.

Đó là nguyên nhân vì sao ông cụ giới thiệu ưu điểm nổi bật nhất của ngôi nhà là những tia nắng. Đó có phải là sự thật không? Chắc chắn rồi! Nhờ giới thiệu ưu điểm độc-nhất-vô-nhị này của ngôi nhà, sau đó đến giá nhà hợp lý, cả ông cụ lẫn khách hàng đều hài lòng với giao dịch mua bán này!

Đứng ở góc độ Bản Thân, hầu hết chúng ta đều sợ tuổi già. Do đó, có được sức khỏe tốt và sự trường thọ khiến chúng ta khao khát và hãnh diện.

Một cụ bà 101 tuổi ở Winnipeg, Canada nhìn thấy một nhà hàng treo tấm biển như sau:

“ƯU ĐÃI CHỈ TRONG HÔM NAY!

MIỄN PHÍ CHO TẤT CẢ THỰC KHÁCH TRÊN 70 TUỔI ĐI CÙNG VỚI BỐ HOẶC MẸ”

Cụ bà quay về nhà để rủ cô con gái Mary 77 tuổi cùng trở lại nhà hàng. Họ gọi những món đặc sản ngon nhất và đắt nhất, và người chủ nhà hàng dù rất sửng sốt vẫn phải phục vụ họ hoàn toàn

miễn phí đúng như đã ghi trên tấm biển!

Ước muốn được sống lâu hơn và đẩy lùi được cái chết luôn là những yếu tố gây tác động mạnh mẽ lên cảm xúc con người.

Một người đàn ông đang đọc một cuốn sách thống kê về những sự kiện hài hước trong cuộc sống. Ông ta gãi gãi đầu và quay về phía vợ mình.

“Em nghe thống kê này xem Maggie, vui lắm!” - anh chồng bảo. “Mỗi khi chúng ta thở ra, ở đâu đó lại có một người vừa qua đời.”

“Nghe thật buồn nhỉ.” Cô vợ Maggie đáp. “Vậy thì mỗi khi anh thở, đừng phì phì vào chỗ em đang đứng nhé!”

Cái chết là một sự thật hiển nhiên của cuộc sống nhưng không ai trong số chúng ta muốn đối diện.

Chúng ta sợ chết và nhiều người trong chúng ta đã từng thấy người chết, nhưng chúng ta không bao giờ dám tưởng tượng mình sẽ chết như thế nào, bất kể chúng ta đã già hay đang còn trẻ.

Tôi từng nghe chuyện về một người phụ nữ lớn tuổi mắc bệnh tim và cần phải được phẫu thuật gấp. Trông bà ấy không có vẻ gì sợ hãi, vì bà ấy biết đó là một việc cần thiết. Bà ấy chỉ sợ mình bị gây mê.

Mỗi khi được đưa vào phòng mổ, bà ấy lại run rẩy không dám nhắm mắt ngủ vì sợ. Cũng vì bệnh bà trầm trọng nên các bác sĩ không dám thúc ép hay mạnh dạn phẫu thuật cho bà trong tình trạng đó. Thế là bệnh tình của bà càng lúc càng trở nặng, bao nhiêu thời gian và nhân lực bị phí phạm vì bà ấy liên tục sợ hãi, không chịu mổ vào phút cuối.

Trước tình thế đó, vị bác sĩ gây mê tên S. đã trực tiếp đến thăm và thuyết phục bà thêm một lần nữa.

“Bà hãy nhìn trời mưa ngoài cửa sổ kìa,” bác sĩ nói. “Bà có biết điều tốt nhất chúng ta nên làm trong những ngày mưa như thế này là gì không?”

Người nữ bệnh nhân nhìn vị bác sĩ với vẻ mặt khó hiểu.

“Là nhắm mắt lại và ngủ một giấc thật ngon, thật sâu.” Vị bác sĩ nở nụ cười phúc hậu, “Đó là điều tôi sẽ làm nếu tôi là bà.”

Người phụ nữ gật đầu, hít thở thật sâu và nhắm mắt, chìm vào giấc ngủ.

Thế là các bác sĩ có thể nhẹ nhàng đưa bà ấy vào phòng mổ mà không còn trở ngại nào nữa, và ca phẫu thuật đã diễn ra suôn sẻ. Vì không còn bị sức ép về tâm lý - nỗi sợ cái chết và sợ bị gây mê - bà đã tháo gỡ được vướng mắc về cảm xúc và thả lỏng. Lời nói chân thành và nhẹ nhàng của vị bác sĩ đã đánh động thành công nhu cầu Bản Thân của người nữ bệnh nhân. Ông khéo léo lồng ghép giấc ngủ không còn đi đôi với gây mê hay bàn mổ nữa, mà nó gắn liền với những cơn mưa và sự thư giãn, nên cảm xúc về nhu cầu Bản Thân của bà đã mạnh mẽ hơn cả nỗi sợ bị gây mê.

Tử Huyệt Bản Thân trong Bộ Tứ Quyền Lực của Tử Huyệt Cảm Xúc

Tử Huyệt Bản Thân là lý do vì sao con người thích chơi hơn thích học, vì sao các buổi hội hè hay tiệc tùng luôn hấp dẫn nhiều người, vì sao người ta thường nhớ những câu thoại cuối cùng của một vở kịch nhiều hơn những câu thoại đầu tiên, vì sao đàn ông thường ngại hẹn hò với phụ nữ "khắc" phu hay góa chồng, vì sao những người nhẹ dạ cả tin thường dễ bị lừa hơn những người khác.

Cũng giống như những Tử Huyệt kia, Tử Huyệt Bản Thân có phạm vi tác động rộng lớn đến nỗi nó thường đan cài với các Tử Huyệt khác.

Khi một kẻ bất lương chĩa súng vào đầu bạn và nói:

"Cướp đây!"

Bạn phản ứng ngay lập tức. Nhưng nếu lúc đó xuất hiện một kích thích nào khác, nó có thể thay đổi hoàn toàn hành động của bạn!

Bốn khách hàng và hai nhân viên giao dịch vẫn đang có mặt trong một ngân hàng nọ vài phút trước khi đến giờ đóng cửa. Một tên cướp có súng bất ngờ bước vào và đe dọa:

"Tất cả giơ tay lên!"

Khách hàng và nhân viên sợ hãi làm theo.

Tên cướp nhanh chóng lùa sáu người vô tội đứng quay mặt vào tường, ngón tay hắn không ngừng mân mê cò súng. Khi hắn sắp sửa ra mệnh lệnh kế tiếp, một khách hàng nhìn thấy khẩu súng,

chỉ vào đó và la lớn:

“Súng giả đấy! TÓM HẮN MAU!”

Thế là tất cả khách hàng và nhân viên ngân hàng đồng loạt xoay người, nhanh chóng tấn công tên cướp, khiến hắn làm rơi súng và khống chế hắn hoàn toàn để giao cho cảnh sát.

Sau đó, vị khách hàng duy nhất có công la to giúp mọi người lật ngược tình thế đã nhặt súng lên và kiểm tra. “Trời ơi!” - ông ta sửng sốt, “Đây là súng thật!”

Lúc hô lên ông ta không đeo kính nên không nhìn rõ khẩu súng của tên cướp là thật hay giả.

Sau đây chính là những diễn biến cảm xúc đã diễn ra trong tình huống tôi kể ở trên:

“Tất cả giơ tay lên!”

Đây là một câu nói đánh động Tử Huyệt Bản Thân cực mạnh, tạo phản ứng ngay lập tức đối với những người đang có mặt tại hiện trường. Trong đầu họ lúc này ngập tràn nỗi sợ bị bắn, bị thương tật và mất mạng, những cảm xúc này mãnh liệt hơn nhiều khi so sánh với nỗi sợ mất Tiền.

Nhưng khi vị khách hàng kia la lên:

“Súng giả đấy! Tóm hắn mau!”

Đây là lúc mà khao khát giữ Tiền và tài sản bắt đầu trỗi dậy mạnh mẽ hơn nỗi lo an toàn bản thân. Nhờ vậy mà những người dân bình thường không một tấc sắt trong tay bỗng chốc trở nên dũng cảm và tóm gọn được tên cướp!

Trong sinh hoạt hằng ngày, Tử Huyệt Tiền Bạc tương tác với Tử Huyệt Cảm Xúc theo rất nhiều cách khác nhau.

Ví dụ dễ thấy nhất là những người xem trọng việc kiếm tiền hơn những điều khác trong cuộc sống.

Rufus B. vừa kiếm được một công việc mới, anh được trả lương cao hơn 20 đô la một tuần so với công việc hiện tại. Anh ta hỏi ý kiến vợ mình và một người bạn thân. Cả hai người đều khuyên anh không nên vì mức lương cao hơn mà “nhảy” sang chỗ mới, vì họ được biết chỗ mới không phải là một công ty tử tế.

Tuy nhiên, Rufus vẫn khăng khăng giữ nguyên ý kiến của mình, bỏ việc cũ để nhận việc mới. Bởi vì Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của anh ta là Tiền Bạc. Anh là một Người Vị Lợi và mức lương cao luôn là mục tiêu mà anh ta theo đuổi.

Anh nhận việc chưa lâu thì những vấn đề bắt đầu nảy sinh và ngày một rõ ràng hơn ở chỗ làm mới. Sự căng thẳng, bất đồng quan điểm và nhiều yếu tố tiêu cực khác ngày ngày làm tổn thương Bản Thân của anh nghiêm trọng, dù lúc đó vẫn chưa đầy một tháng. Rufus bắt đầu biểu hiện cảm giác khó chịu ra bên ngoài.

Nhưng Tiền Bạc vẫn luôn là ưu tiên hàng đầu. Anh ta khẳng định với bản thân cũng như với mọi người xung quanh rằng chuyện này "không to tát gì" và "kiếm được nhiều tiền hơn mới là điều quan trọng nhất!"

Bạn đã từng quen người nào giống như thế chưa? Những người quan niệm rằng kiếm được nhiều tiền quan trọng hơn là tận hưởng cuộc sống?

Hẳn là có!

Những tương tác về Tử Huyệt Bản Thân gắn liền với hàng triệu người trong chúng ta, những người luôn khao khát sự thỏa mãn về tình cảm, đồ ăn, thức uống, vui chơi giải trí và những thú vui khác.

Tương tự những Tử Huyệt khác, Tử Huyệt Bản Thân có hai mặt, khao khát và nỗi sợ. Bạn chỉ có thể định hướng Tử Huyệt Bản Thân tốt nhất khi và chỉ khi bạn giữ cho những khao khát của mình hướng về những điều tích cực và có lợi cho sức khỏe. Nếu bạn khao khát một cách mù quáng hoặc quá tiêu cực, tốt hơn hết là bạn nên dành cho bản thân một khoảng lặng hoặc nhờ đến sự tư vấn từ bác sĩ. Một khi bạn điều chỉnh được Tử Huyệt Cảm Xúc của mình luôn ở trạng thái tích cực, thì mọi sự giao tiếp liên quan đến nó cũng sẽ mang lại kết quả tích cực cho bạn bất kể tình trạng sức khỏe của bạn ra sao.

Một Người Vị Lợi đã chứng minh điều tôi nói ở trên với một Người Vị Kỷ trong câu chuyện sau.

Một quý ông O. giàu có bị thừa 12kg so với cân nặng lý tưởng. Ông ta có sở thích ăn uống, vui chơi và là người lười biếng có tiếng. Giống như những Người Vị Kỷ khác, ông ta luôn bị ám ảnh về sức khỏe. Ông ta lo sốt vó mỗi khi bị khó thở lúc đang đi bộ, leo cầu

thang hoặc khi thực hiện vài động tác thể dục nhẹ. Mặc dù bác sĩ đã yêu cầu ông phải giảm 12kg nếu muốn khỏe mạnh hơn, song ông ta vẫn không cưỡng lại được sức cám dỗ từ các món sơn hào hải vị và những loại thức ăn giàu năng lượng như bánh mì, bánh ngọt và kẹo.

Ông O. có một người bạn là quý ông E., một tay chơi bạc khét tiếng. Ông này tuyên bố rằng sẽ không làm việc cho bất kỳ ai, rằng kẻ duy nhất có thể khiến ông động tay động chân chính là... vận may. Vì sao ông E. thích đánh bạc? Vì cờ bạc là cách nhanh nhất và dễ nhất để kiếm tiền! Ông ta là một Người Vị Lợi, luôn túc trực tại các tụ điểm bài bạc, cá độ, cá ngựa, đổ xí ngầu và tất tần tật những thứ gì có thể giúp ông ta kiếm tiền dễ dàng nhất.

Ngày nọ, ông E. bài bạc gặp gỡ ông O. béo phì.

"Chào ông bạn," ông E. cười, "Ông ngày càng phát tướng ra đấy! Khi nào thì ông mới chịu giảm vài ký đây?"

"Vài ký là còn đỡ đấy!" Ông O. buồn bã đáp, "Tôi bị ép phải giảm đến 12kg mới đủ!" Ông nhún vai, "Nhưng mà bắt ép tôi phải kiêng khem và không đụng đến những món ngon, chẳng khác nào đang hành hạ tôi cả! Tôi chắc đành buông xuôi thôi ông ạ!"

Một ý tưởng đột nhiên lóe lên trong đầu ông E. và ông ta nói:

"Ê, bạn già! Ông cũng biết tôi thích đánh bạc và cá độ mà. Chúng ta nên thêm chút 'kích thích' để có động lực làm điều gì đó. Tôi cá 200 đô la là tôi có thể giúp ông giảm được 12kg."

"Được mới nói nhé! Tôi đồng ý," ông O. cười. "Vậy chúng ta cá cược thế nào?"

"Rất đơn giản. Đầu tiên, tôi muốn đo lại cân nặng của ông. Sau đó, ông phải làm đúng như những gì tôi nói trong vòng tám tuần. Sau tám tuần, nếu ông vẫn không giảm được số cân nặng như tôi đã hứa, tôi sẽ trả ông 200 đô la. Còn nếu ông giảm được 12kg, ông phải trả tiền cho tôi. Đồng ý không?"

Ông O. gật đầu.

Ông E. mang đến một cái vali to kềnh càng và khóa nó vào cổ tay phải của ông O., còn ông E. giữ chìa khóa. Ba ngày sau, ông O. phát điên với nó.

"Cái vali này càng lúc càng nặng hơn thì phải. Tôi phải ăn ngủ

cùng nó, thậm chí tôi đi cạo râu cũng không dứt nó ra được. Làm ơn giúp tôi tháo nó ra đi!"

"Làm gì có!" Ông E. lắc đầu. "Cái vali cân nặng bằng đúng 12kg, số kí lô mà ông cần phải giảm đấy. Giờ thì hãy nghiêm chỉnh chấp hành chế độ ăn kiêng của bác sĩ và quyết tâm làm tới cùng. Tôi vẫn để cái vali như một lời nhắc nhở dành cho ông!"

Ông O. không thể chịu được cuộc sống địa ngục và vướng víu vì cái vali cứ kè kè bên mình. Cộng thêm sự lo lắng và căng thẳng tột độ, ông quyết tâm phải ăn kiêng để thoát khỏi "cục tạ" này. Quả thực, ông đã giảm được 12kg sau sáu tuần.

Ông E. nhận được 200 đô la tiền thắng cược. Cả hai người đều vui vẻ với kết quả mình nhận được.

Hai ông bạn này có những động cơ chủ đạo khác nhau, người thì muốn giảm cân, kẻ muốn kiếm tiền nhàn. Nhưng cuối cùng họ có thể ngồi lại với nhau và dùng điểm mạnh của người này để mang lại lợi ích cho người kia. Cuối cùng thì cả hai đều hài lòng với kết quả.

Tử Huyệt chủ đạo của ông O. là Bản Thân; vì vậy về mặt cảm xúc, ông không muốn để mình chịu "thiệt thòi" trong chuyện ăn uống và hưởng thụ, dù lý trí biết rằng cần phải giảm cân để đảm bảo sức khỏe. Cái vali bị khóa trên cổ tay đã khiến cho cuộc sống của ông O. đảo lộn rõ rệt. Cảm xúc này mạnh mẽ và bức thiết đến độ ông không tiếp tục ăn uống một cách vô tội vạ và mất kiểm soát nữa. Ông chấp nhận thực hiện mục tiêu giảm cân để "thoát" được cái vali phiền toái, Tử Huyệt Bản Thân lúc này đóng vai trò động lực tích cực để định hướng ông kiên trì ăn kiêng, để ông sẽ có một cuộc sống thoải mái, vui vẻ khi mà cái vali sẽ không còn dính-như-sam nữa.

Còn ông E., ông ta hiểu rõ người bạn của mình ngay từ đầu. Ông biết rằng nếu không có một sức ép đủ lớn đối với ông O. thì ông ta sẽ không bao giờ chấp hành việc ăn theo thực đơn bác sĩ yêu cầu. Vì vậy ông E. vận dụng đúng Tử Huyệt Bản Thân để "ép" ông O. chuyển từ tâm lý "ăn uống bất chấp sức khỏe" sang "thà ăn kiêng mà thoát khỏi nó"!

Có những người có sức "ì" tâm lý rất lớn, họ luôn tìm cách lười biếng mà không cần lý do, họ thuộc mẫu Người Vị Kỷ, sẵn sàng tìm cớ để từ chối mỗi khi được giao việc nhà hay phải giúp đỡ người khác. Thường thì phương án ưa thích của họ là: "Tôi không

làm gì cả được không?"

Tôi từng được nghe kể câu chuyện về một anh thợ sơn nọ. Viên quản đốc phát hiện anh ta vô tư ngủ gật trong giờ làm việc dù trước đó, ông vừa yêu cầu anh ta phải sơn xong một cái hàng rào.

"Sao cậu không làm việc như những người khác?" Viên quản đốc hỏi.

Anh thợ sơn chỉ tay về phía bầu trời mùa xuân trong xanh và đáp một cách triết lý:

"Sếp ơi, thời tiết đẹp đẽ thế này mà vùi đầu làm việc thì đáng tiếc quá!"

Đấy là một câu trả lời điển hình của những Người Vị Kỷ, không phải Người Vị Lợi mà cũng chẳng phải các tuýp người khác.

Những câu chữ hoặc cụm từ dùng trong lĩnh vực Quảng Cáo như "Bạn bị đau ư?", "Chúng tôi có cách giúp bạn giảm đau ngay tức thì!", "Bạn đang nhức đầu phải không?", "Bạn muốn khỏe mạnh hơn không?", "Đây là bí kíp đơn giản để bạn luôn trẻ hơn tuổi thật mỗi ngày!", "Thuốc của chúng tôi sẽ khiến bạn khỏe khoắn ngay lập tức!", "Làm thế nào để những cơn nhức đầu tồi tệ này không còn làm phiền bạn nữa?" là những ngôn từ cực kỳ hiệu nghiệm với những ai có Tử Huyệt chủ đạo là Bản Thân. Kể cả với những sản phẩm tưởng chừng khó quảng cáo như dầu gội trị gàu, kim băng, nước súc miệng hoặc các dụng cụ giúp tiết kiệm thời gian nấu nướng hay làm việc.

Nếu có một lối đi tắt, không ai muốn tốn thời gian quá dài để đến một nơi. Khách hàng của bạn cũng vậy!

Thay vì để khách hàng tự tay làm lấy mọi việc, vừa tốn sức khỏe, vừa tốn thời gian, nếu như sản phẩm của bạn có thể giúp họ, hãy sử dụng một câu tiêu đề Quảng Cáo gồm vài chữ nhưng tác động vào Đúng Tử Huyệt Bản Thân của người tiêu dùng. Bạn sẽ khiến họ phát cuồng và tìm mua ngay sản phẩm!

Bạn sẽ rất bất ngờ vì tình yêu thương giữa cha mẹ và con cái cũng thuộc nhóm các Tử Huyệt Bản Thân của con người.

Nếu bạn đang là một bà mẹ hay ông bố, tôi tin rằng bạn sẽ có phản ứng cảm xúc nhất định với những câu hỏi như:

"Bạn nghĩ sao nếu phải nhìn con mình chống nạng suốt đời vì tai

nạn này?" Hoặc, "Bạn cảm thấy thế nào khi lần đầu tiên đứa con bé bỏng bập bẹ bốn tiếng 'Con yêu bố mẹ!'?"

Hai câu hỏi trên - một câu đánh vào nỗi sợ, một câu nhắm vào khao khát và niềm hạnh phúc - đều tập trung vào Tử Huyệt Bản Thân.

Là một trong Bộ Tứ Quyền Lực của Tử Huyệt Cảm Xúc, Tử Huyệt Bản Thân là những động cơ chủ đạo khiến bạn phải lắng nghe người khác hoặc khiến người khác phải lắng nghe mình! Do vậy, nếu bạn tìm thấy bất kỳ mối liên kết nào giữa bạn và người nghe liên quan đến Tử Huyệt Bản Thân trong cuộc giao tiếp, hãy mạnh dạn sử dụng nó!

Tôi xin quay lại câu chuyện từng đề cập ở trên về một nhà phê bình đã khiến một bà mẹ đang ủi đồ phải giật bắn người.

Chủ đề nói chuyện của ông ta là về một cuốn sách với nhan đề Nuôi con khôn lớn.

Đối tượng độc giả chủ yếu của ông ta là các bà mẹ.

Trong trường hợp này, những chủ đề về Tiền Bạc, Tình Yêu và Danh Tiếng không có nhiều giá trị cảm xúc bằng Bản Thân, cụ thể ở đây là tình Mẫu Tử.

Bên cạnh những Tử Huyệt Bản Thân thường thấy giữa người nói và người nghe chung chung, nhà phê bình đã nói một câu đánh trúng vào tâm lý các bà mẹ:

"Có khi nào bạn muốn đưa nôi em bé nhà mình bằng một cây gậy đánh bóng chày hay không?"

Việc sử dụng hình ảnh "cây gậy đánh bóng chày" (hơi bạo lực hoặc mang tính đe dọa, công kích, gây nguy hiểm) và động tác "đưa nôi em bé" (mang tính che chở, chăm sóc, giữa người mẹ và em bé) sẽ khiến cho các thính giả phải giật mình và chăm chú lắng nghe nội dung kế tiếp. Nhà phê bình đã tác động đến Tử Huyệt Bản Thân của những người mẹ!

Hẳn là bạn đã từng nghe câu tục ngữ:

"Mẹ cha gánh vác hy sinh,

Mẹ cha quên cả thân mình vì con."

Trong cuộc sống, nhiều khi cha mẹ và con cái cũng có lúc phạm sai lầm với nhau và gây ra cảnh "cơm không lành, canh không ngọt". Nhưng khi một người dưng nói cha mẹ hoặc con cái bạn sai, bạn có xu hướng bảo vệ cha mẹ hoặc con cái mình vì khi đó, không chỉ Tử Huyệt Bản Thân (tình cảm gia đình) được đánh động mà cả Tử Huyệt Danh Tiếng (thể diện gia đình) cũng bị động chạm; hai Tử Huyệt này cộng hưởng sẽ gây nên phản ứng dữ dội nơi bạn!

Chú cún cưng nhà bạn rất đáng yêu, luôn "thấu hiểu" và bảo vệ bạn. Khi bạn nhìn thấy chú cún của mình gặp nguy hiểm, chẳng hạn như bị một con chó to hơn ức hiếp, bạn cũng sẽ bảo vệ nó, đúng không nào?"

Chúng ta không cần phải chống lại những phản ứng bản năng đó. Bởi vì chúng là một phần Tử Huyệt Cảm Xúc của chúng ta, là những cảm xúc nguyên thủy nhất, chân phương nhất. Chúng là mối dây liên kết giữa người với người, với sự vật, sự kiện mang ý nghĩa với chúng ta trong cuộc sống. Chỉ cần bạn định hướng những cảm xúc này theo hướng tích cực, chúng sẽ là trợ thủ "đắc lực" mà bạn không ngờ tới!

Tôn Giáo và Tử Huyệt Bản Thân

Bạn sẽ thấy Tử Huyệt Bản Thân được vận dụng rất phổ biến và hiệu quả trong các tôn giáo.

Một hành vi được định nghĩa là "tội lỗi" trong các tôn giáo thường đi kèm với những sự trừng phạt về mặt thể xác cũng như đạo đức. Chính nỗi sợ bị trừng phạt hoặc quả báo giúp các tôn giáo thu hút được nhiều người theo, và đó cũng là động cơ khiến mọi người không dám phạm tội và luôn phải làm điều đúng đắn.

Một vị linh mục nọ cảm thấy rất phiền khi người ta liên tục đỗ xe ngay trước cửa nhà thờ. Ông đã liên hệ với cảnh sát địa phương và họ đồng ý cho phép ông gắn tấm biển "Cấm đỗ xe" ở đó.

Tuy nhiên, thông báo này không có tác dụng gì đáng kể, người dân vẫn vô tư đỗ xe trước cửa nhà thờ.

Vị linh mục đã thay đổi nhiều câu chữ trên tấm biển, đề cập hết nội dung này đến nội dung khác, nhưng chỉ đến khi ông sử dụng câu nói sau đây thì tình trạng đỗ xe bừa bãi mới chấm dứt:

"Con chiên ngoan đạo không được đỗ xe ở đây!"

Tôn giáo giúp chúng ta có cảm giác bình an trong tâm hồn và được che chở. Tôn giáo có thể tồn tại và phát triển với thời gian là nhờ khả năng lưu giữ và truyền đạt hiệu quả của những người làm công tác tôn giáo đó, trường hợp này là các tu sĩ và linh mục.

Một học viên tên E. rất hứng thú với chủ đề này khi anh ta cùng vợ mình tham gia một khóa học về Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc của tôi. Lúc đó, anh ta đang làm việc cho một trong những cộng đồng Thiên Chúa giáo đông nhất ở Mỹ lúc bấy giờ.

Sau vài buổi học, E. tìm gặp tôi để trò chuyện.

"Hai vợ chồng tôi là những người mộ đạo. Chúng tôi đã nghiên cứu rất nhiều về Thiên Chúa giáo và cũng đã từng tìm hiểu những tôn giáo khác. Những kinh nghiệm đó giúp chúng tôi rút ra một kết luận quan trọng như sau."

"Phần lớn các vị tu sĩ hoặc linh mục hiện nay," anh ta nhấn mạnh, "chưa biết cách truyền đạt sao cho các con chiên phải lắng nghe. Họ cần trau dồi nhiều hơn về Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc! Dù họ yêu cầu các con chiên phải thường xuyên đi lễ, nhưng khi tất cả mọi người chấp nhận bỏ thời gian, công sức của mình đến nhà thờ thì chẳng mấy ai chú ý nghe hết được những bài giảng vì tâm trí họ không tập trung. Linh mục thì "thao thao bất tuyệt" với chủ đề bài giảng, còn người nghe thì gần như không nghe! Khi các con chiên ra về, họ đến bắt tay linh mục và nói một câu xã giao, đại loại như: "Bài giảng rất hay, thưa Cha!". Chúng tôi nghĩ, một linh mục giỏi phải là người biết cách khiến các con chiên gác lại những mối bận tâm khác trong đầu và lắng nghe chăm chú những bài giảng của mình trước khi họ bước chân vào nhà thờ!"

Ở cương vị của các giáo sĩ và linh mục, việc tập trung vào các bài giảng cũng không đơn giản như chúng ta thường nghĩ.

Một tờ báo trích dẫn lời của một vị cha xứ ở thành phố Walla Walla, bang Washington, rằng:

"Chúng tôi đã thu âm lại bài thuyết giảng của buổi sáng Chúa nhật ngày hôm đó. Buổi chiều, tôi mở băng ghi âm để nghe lại kỹ hơn. Rốt cuộc, chưa được nửa bài thì ngay chính tôi cũng gục đầu ngủ gật!"

Vì vậy, Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc đóng vai trò vô cùng quan trọng để gắn kết mọi người giao tiếp với nhau, cũng như giúp các nhà truyền giáo làm tốt công việc của mình. Ngay cả nhiều người dân theo đạo cũng bày tỏ quan điểm về vấn đề này.

Trong một chuyến tàu điện ngầm gần đây, tôi vô tình nghe được một cuộc trò chuyện giữa hai người phụ nữ đứng gần. Nhìn thấy quanh chân họ có rất nhiều túi đồ, tôi đoán là họ vừa đi mua sắm về.

“Bồ có định đi nhà thờ vào sáng Chủ nhật này không?” Một trong hai người phụ nữ hỏi người kia.

“Chắc chắn rồi! Mình vừa mua cái mũ mới này, phải đi để bà con chiêm ngưỡng chứ! Với lại, xung quanh mình có biết bao nhiêu người, mình sẽ tha hồ ngủ mà không ai chú ý!”

Người phụ nữ đó - cũng như vị linh mục bị chính bài giảng của mình “ru ngủ” kể trên - hẳn là sẽ không hành động như vậy nếu họ được giao tiếp bằng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc!

Nếu những bài giảng mang tính tương tác nhiều hơn, gợi mở và đề cập đến những vấn đề và trăn trở tồn tại trong mỗi con người!

Tội Phạm và Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc

Một cô gái 20 tuổi xinh đẹp, quyến rũ đi ứng tuyển vị trí tiếp tân của một công ty. Cô gọi điện trước cho nhà tuyển dụng và được mời đến văn phòng công ty gồm hai phòng. Cô được phỏng vấn ở một trong hai căn phòng đó.

Sau khi trò chuyện được vài phút, nhà tuyển dụng bất ngờ khóa cửa và nhào đến cô để làm điều xằng bậy.

Cô gái sợ hãi, van xin và cố gắng chống cự nhưng không ăn thua trước sức mạnh quá lớn.

Bỗng nhiên, cô ngừng chống cự và cảnh báo:

“Tuổi thật của tôi là 16. Thả tôi ra, nếu không ông sẽ hối tiếc đó!”

Câu nói của cô gái đánh trúng Tử Huyệt Cảm Xúc của gã bất lương, khiến hắn dừng hành vi sai trái ngay lập tức. Hắn xin lỗi và để cho cô gái đi.

Nỗi sợ bị truy tố với tội danh cưỡng bức người chưa thành niên, bị pháp luật và xã hội trừng phạt, đã khiến hắn từ bỏ ý định!

Mỗi người luôn mang trong mình nỗi sợ Bản Thân sẽ bị truy tố và bị tống vào tù nếu phạm pháp; và giới tội phạm cũng thế. Thực tế là những tên bất lương thường dành nhiều thời gian để lên kế

hoạch bỏ trốn hơn là đầu tư cho những kế hoạch phạm tội. Đối với hắn, ưu tiên hàng đầu là trốn thoát một khi chuyện vỡ lở!

Một cửa hàng thời trang nổi tiếng đã mất 50.000 đô la mỗi năm vì nạn trộm cắp. Mặc dù bảo vệ cửa hàng đã canh phòng rất cẩn mật, thậm chí nhiều lần họ cải trang thành người bình thường để trà trộn vào giữa đám đông khách hàng, nhưng tình trạng trộm cắp vẫn không hề thuyên giảm. Nếu một bảo vệ phát hiện, đuổi theo và bắt được một tên trộm, thì những tên còn lại sẽ tranh thủ lúc người ta đang bị phân tâm vì "con tốt thí" để tiếp tục trộm những mặt hàng khác và bỏ trốn.

Người chủ cửa hàng không ngại chi tiền để thuê thêm bảo vệ và đầu tư những trang thiết bị chống trộm tinh vi, nhưng hiệu quả vẫn gần như bằng không.

Không thể để tình trạng này tái diễn mãi, ông quyết định thử một phương án chống trộm hoàn toàn khác.

Ông dọn sạch sảnh trưng bày mặt hàng bán chạy của cửa hàng, khu vực này vốn nằm ở vị trí đắc địa ngay trung tâm của tầng trệt bốn mặt tiền. Ông dời tất cả sản phẩm và tủ kính trưng bày đến những vị trí khác. Thay vào đó, khu sảnh được bài trí những bộ ghế bằng da nhiều màu sắc và nhiều chiếc ghế lẻ để khách hàng có thể dừng chân và ngồi xuống, bên cạnh là những bàn hút thuốc được bố trí gạt tàn đầy đủ.

Sau khi bài trí lại cửa hàng, ông chủ đăng quảng cáo trên báo để giới thiệu về một sự kiện sắp tới tại cửa hàng, ông mời mọi người "Hãy đến cửa hàng và tận hưởng không gian Sảnh Tiếp Khách tuyệt đẹp! - nơi lý tưởng để bạn dừng chân, gặp gỡ và trò chuyện với bạn bè... hoặc chỉ đơn giản là ngồi nghỉ ngơi, thư giãn."

Sự kiện đã thu hút được từ bảy mươi đến một trăm người tham dự. Trong vòng chưa đầy một tháng, khu sảnh tiếp khách của cửa hàng đã đón tiếp trung bình một trăm sáu mươi người đến mỗi ngày để gặp gỡ, giao lưu, tụ họp, ngắm nghía và thưởng thức các mặt hàng đang bày bán hoặc nghỉ chân hút thuốc. Đồng thời, những người khách này vô tình trở thành những nhân viên bảo vệ hiệu quả cho cửa hàng. Ở vị trí trung tâm tầng trệt, tầm mắt họ dễ dàng dừng ở bất kỳ ngóc ngách nào, vừa thỏa mãn được thú vui mua sắm, vừa dễ dàng phát hiện bất kỳ ai có hành động đáng nghi lởn vởn gần các món hàng.

Khi khách hàng không bị "áp lực" bởi việc đặt chân vào trong cửa

hàng sẽ phải mua thứ gì đó, họ còn có một nơi để ngồi nghỉ chân, ngắm nghía. Họ sẽ tiêu tốn nhiều thời gian hơn để quan sát hàng hóa trong cửa hiệu. Có thể một món đồ nào đó chưa thật sự cần, nhưng họ thấy nó và không ngại gì chi thêm một khoản để tậu cái áo mới xinh xinh hay một chiếc sơ mi trông thật chỉn chu và bảnh bao để đáng với công sức đã… ngồi chơi.

Vì vậy, doanh số của cửa hàng tăng đột biến.

Còn nạn trộm cắp thì sao?

Giảm đáng kể!

Bọn trộm không dám hành động khi khu tầng trệt luôn đầy khách ngồi nghỉ chân và quan sát xung quanh. Họ ngắm các mặt hàng một cách thích thú nên không có "kẽ hở" vì mệt mỏi do tập trung suốt một thời gian dài như những người bảo vệ.

Giống như bất kỳ tên tội phạm nào, nỗi sợ lớn nhất của bọn trộm cắp là bị người ta phát hiện và bắt giữ!

Chính vì Sảnh Tiếp Khách của cửa hàng luôn đông người ngồi chơi nên toàn bộ khu vực được giám sát bởi hơn năm mươi cặp mắt. Những tên trộm không thể nào biết ai trong số họ là khách hàng và ai là bảo vệ đang cải trang, việc manh động là vô cùng rủi ro. Chúng thà bỏ cuộc còn hơn là tự đưa mình vào hiểm nguy một cách không cần thiết.

Chỉ trong vòng tám tháng, phương án chống trộm bằng Tử Huyệt Bản Thân đã giúp cho chủ cửa hàng tiết kiệm được hơn 50.000 đô la!

Giờ, chúng ta sẽ phân tích về Tử Huyệt Tiền Bạc.

Tôi chắc chắn, có rất nhiều sự thật bất ngờ và thú vị mà bạn không thể tin được về Tử Huyệt này!

Và bạn sẽ thấy rằng việc lo lắng về tiền bạc không chỉ vô ích mà còn khiến bạn tốn nhiều tiền hơn bạn nghĩ!

Chương 5

VẬN DỤNG TỬ HUYỆT TIỀN BẠC ĐỂ THÀNH CÔNG TRONG CÁC MỐI QUAN HỆ

Bạn đã bao giờ nhìn thấy một mẩu quảng cáo như thế này:

Một bí mật của tôi mà bạn nên biết

Lý do từ trước đến nay tôi luôn bán hàng với giá ưu đãi, rẻ hơn rất nhiều so với những người khác bán cùng sản phẩm, đó là vì tôi còn độc thân. Tôi không cần quá nhiều tiền để lo cho vợ con.

Nên bây giờ, tôi xin thông báo với mọi người là ưu đãi này sắp kết thúc trong nay mai. Tôi sắp cưới vợ.

Vì vậy, các bạn nên dành dụm và đến gặp tôi để mua càng nhiều món hàng càng tốt, bởi vì ưu đãi này chỉ còn vài ngày nữa.

O. Kayser

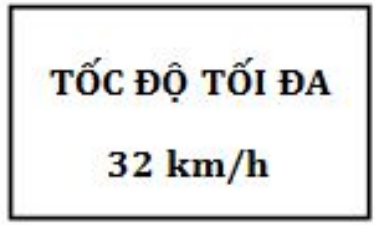
Yếu tố Tiền Bạc trong mẩu quảng cáo đã gây được sự chú ý và thu hút người đọc ngay lập tức! Mọi người nườm nượp kéo đến cửa hàng của anh Kayser để tranh thủ cơ hội "Mua hàng với giá ưu đãi" trước khi chủ nhân "lên xe hoa".

Tử Huyệt Tiền Bạc có thể được tác động bằng nhiều cách khác, chẳng hạn như trong câu chuyện sau tại một thị trấn ở Texas, khi gắn kết được ngôn từ với Tử Huyệt Tiền Bạc của người tham gia giao thông, xe cộ trên đường phải giảm tốc độ và hạn chế được tai nạn giao thông xảy ra.

Nhiều người lái xe đến từ những vùng khác thường chạy qua thị

trấn này với vận tốc vượt quy định, khiến cho cảnh sát địa phương không tài nào kiểm soát được. Họ điều tra nguyên nhân các tay lái không tuân theo quy định và vẫn vô tư chạy quá tốc độ.

Cuối cùng, họ khám phá ra vấn đề nằm ở nội dung biển báo:



Sau một hồi tranh luận, các cảnh sát quyết định thay đổi nội dung biển báo như sau:

Với tấm biển này, những tay lái lụa đều "hiểu" và tuân thủ quy định ngay-lập-tức!

Samuel Johnson[3] từng viết rằng:

[3] Samuel Johnson (1709-1784): nhà văn, nhà phê bình văn học người Anh thế kỷ XVIII. Ông có nhiều đóng góp to lớn cho văn chương Anh thông qua các tác phẩm văn thơ và phê bình có giá trị. Ông còn nổi tiếng với công việc viết tiểu sử và biên soạn từ điển tiếng Anh.

"Tiền Bạc và Thời Gian là hai gánh nặng lớn nhất của con người. Những kẻ bất hạnh nhất thế gian là những người sở hữu hai thứ này nhiều đến mức vượt quá khả năng sử dụng của họ."

Còn với chúng ta, Thời Gian hay Tiền Bạc chẳng bao giờ đủ. Chúng ta cố gắng tích lũy càng nhiều thời gian và tiền bạc càng tốt vì trong lòng luôn canh cánh nỗi lo mình chẳng giữ được gì!

Hơn nữa, với nhiều người, Thời Gian cũng là Tiền Bạc.

Một số người trong chúng ta "ăn gian" Tiền Bạc để có thêm Thời Gian (bỏ thêm tiền ra để mua được một món hàng gì đó thay vì

chờ đợi), hoặc "ăn chặn" Thời Gian để có thêm Tiền Bạc (về sớm hơn để chạy đi làm một công việc khác). Một số người thì sẵn sàng "gian lận" cả hai. Những người còn lại thì ghê tởm với hành động gian lận!

Mỗi người trong chúng ta lại có suy nghĩ và cảm nhận về cuộc sống khác nhau, nên chúng ta cũng sẽ có những phản ứng cảm xúc khác nhau đối với vấn đề Tiền Bạc: hoặc bạn cảm thấy hài lòng, hoặc bạn cảm thấy có tội, hoặc bạn thấy cắn rứt lương tâm khi có nhiều tiền trong tay.

Bạn cảm thấy ngạc nhiên phải không? Nhưng đây lại là sự thật: Tiền Bạc đã khiến cho một phụ nữ ở Oregon cảm thấy day dứt!

Cô ấy làm việc trong chi nhánh của một hãng xe mô tô. Suốt một năm làm ở đó, cô nhận thấy mình đã kéo dài thời gian nghỉ giải lao quá nhiều thay vì tập trung làm việc hiệu quả. Vì quá cắn rứt lương tâm, cô quyết định chuyển 95 đô la trở lại tài khoản của sếp, xem như đó là tiền đền bù cho những khoảng thời gian mà cô đã phí phạm vì "ngồi chơi xơi nước" ở công ty.

Cách đây không lâu, các quý ông bị hói đầu trong Cơ quan Lập pháp Ohio từng đưa ra một đề xuất về quy định liên quan đến chi phí cắt tóc! Họ nghĩ ra một giải pháp như sau:

"Những người như chúng tôi nên được miễn giảm tiền cắt tóc. Đó là hợp lý về mặt luật pháp, công lý và cả công bằng nữa - chúng tôi luôn bị 'nổi bật' với một đặc điểm 'không ai mong muốn' đến cuối đời - bị hói đầu."

Mặc dù Tiền Bạc là một Tử Huyệt có tác dụng kích thích lớn đối với con người, trong cuộc sống của chúng ta, thực chất Tử Huyệt Tiền Bạc lại chịu sự chi phối từ rất nhiều cảm xúc mãnh liệt khác, mà kể cả những nhà lập pháp khô khan cũng không ngoại lệ.

Bạn còn có thể cảm nhận được khao khát về hình ảnh bản thân (Tử Huyệt Danh Tiếng) trong câu nói của họ: "... những người như chúng tôi... bị 'nổi bật' với một đặc điểm 'không ai mong muốn' đến cuối đời...". Tử Huyệt Danh Tiếng và Tử Huyệt Tiền Bạc tương tác với nhau trong tình huống này khi những nhà lập pháp cảm thấy hình ảnh ngoài xã hội của họ bị thiệt thòi vì tình trạng "hói đầu". Vì vậy, họ yêu cầu một sự bù đắp đối với bản thân ở phương diện Tiền Bạc là miễn giảm khoản tiền dành cho cắt tóc.

Trong cuộc sống, bất kỳ thứ gì giúp cho con người kiếm ra Tiền hoặc tiết kiệm Tiền đều có sức Thôi Miên Cảm Xúc khó cưỡng.

Một tổ chức được thành lập ở Stuttgart với tên gọi Hội Chiều Cao Khủng. Các thành viên trong hội gồm những người đàn ông cao trên 1m88 và những người phụ nữ cao trên 1m80. Người trong hội thống kê được rằng, những người đàn ông cao lớn ăn nhiều hơn 15% so với những người đàn ông có chiều cao bình thường, còn tỷ lệ này ở phụ nữ là 10%.

Sau cuộc khảo sát, cả hội quyết định đệ đơn lên chính quyền yêu cầu được giảm thuế vì họ thuộc nhóm chiều cao vượt trội nên nhu cầu ăn nhiều hơn phần đông những người khác, trong khoản ăn uống họ đã phải tiêu tốn từ 10% đến 15% chi phí so với những người bình thường, nên họ cần thiết được bù đắp thông qua việc giảm thuế!

Bạn nghĩ thế nào nếu nguyện vọng nêu trên trở thành hiện thực? Có lẽ bạn sẽ xem lại sức ăn và kích cỡ bản thân để có thể yêu cầu một quyền lợi tương tự, đúng không?

Về mặt cảm xúc, bạn sẽ có xu hướng muốn làm như thế!

Mọi thứ liên quan đến Tiền Bạc luôn khiến cho kẻ thu thuế lẫn người nộp thuế phải đau đầu.

Nhân viên thuế vụ cũng là con người. Họ có cảm xúc, và họ phải đi thu tiền từ những con người cũng chịu sự chi phối bởi cảm xúc giống như họ!

Một người đàn ông đi làm thủ tục xin miễn thuế cho mẹ. Cơ quan thuế phát hiện ra mẹ của ông đã qua đời từ hơn mười năm trước.

Khi được hỏi vì sao ông lại đi xin miễn thuế cho mẹ, ông trả lời: "Bởi vì trong trái tim tôi, bà luôn sống mãi!"

Một người phụ nữ giấu tên ở Colorado đã gọi điện thoại cho cơ quan thuế để hỏi về số tiền thuế thu nhập cá nhân mà cô phải trả.

"Xin chào, tôi muốn hỏi mình sẽ phải trả bao nhiêu tiền thuế với mức thu nhập là 75.000 đô la?"

Nhân viên thuế dựa theo định mức và công thức để thực hiện phép tính và trả lời cô.

"Còn với thu nhập là 150.000 đô la thì sao?" - người phụ nữ hỏi tiếp.

Nhân viên thuế rất ngạc nhiên khi cô ta liên tục thay đổi số tiền

thu nhập, nên hỏi lại.

“Thưa cô, sao tự nhiên cô lại hỏi những thông tin đó? Có lý do gì đặc biệt không?”

“Lý do đặc biệt à, có chứ… ” - cô ngập ngừng. “Tôi đang suy nghĩ là mình nên mua một hay hai tấm vé số cho giải độc đắc của Chương trình Xổ số kiến thiết. Anh biết đấy, nếu như tôi trúng một tờ vé số hay hai tờ vé số, thì số tiền tôi phải nộp sẽ khác nhau rất nhiều…”

Tiền Bạc là nhân tố gây chú ý và duy trì sự chú ý vô cùng mạnh mẽ, hơn cả những gì chúng ta mắt thấy tai nghe.

Bạn mong muốn đám đông ngoài kia phải chú ý đến mình? Hãy thử cầm trên tay một cọc tiền mệnh giá cao nhất, đung đưa trước mắt họ. Họ sẽ lập tức im bặt và chú ý từng cử động của bạn!

Bạn đã bao giờ bị hút mắt và khó lòng “làm lơ” khi nhìn thấy một chiếc ví, một cọc tiền, hoặc những đồng xu bị ai đó vô tình đánh rơi trên đường hay không? Bạn có nhớ cảm giác khi mình vô tình tìm thấy một tờ 20 đô la bị bỏ quên trong túi áo khoác mà suốt một năm trời ròng rã bạn lật tung cả ngôi nhà lên vẫn không thấy?

Bao nhiêu lần bạn bị thu hút bởi hai chữ “MIỄN PHÍ”? Bạn đã bao giờ dừng chân và quay đầu lại tìm kiếm mỗi khi nghe âm thanh “leng keng” của những đồng xu rơi trên đường?

Hàng nghìn phản ứng cảm xúc với Tiền Bạc vẫn diễn ra dù chúng ta có nhận thấy chúng hay không và bất kể Tiền Bạc có phải là Tử Huyệt chủ đạo của chúng ta hay không. Đôi khi, Tử Huyệt Tiền Bạc có thể dẫn dụ khiến đầu óc bạn “mụ mị” mà ngay cả bạn cũng không ngờ!

Một ông chủ khách sạn nổi tiếng tham tiền. Nhiều người trong thị trấn từng không ít lần phải “ngậm bồ hòn” vì tật xấu này của ông ta. Vì vậy họ họp lại với nhau và quyết định phải dạy cho ông ta một bài học.

Họ thuê một diễn viên ở vùng khác đóng giả làm một ông chủ tập đoàn kinh doanh thức ăn cho mèo. Vị “đại gia” bước vào khách sạn, ông ta gọi ông chủ khách sạn đến để đặt một bữa tiệc thật xa hoa và hoành tráng cho buổi tối thứ Bảy sắp tới.

“Thưa ông, số lượng khách mời là bao nhiêu?”

Ông chủ khách sạn vừa hỏi vừa ghi chép, trong bụng mừng thầm vì miếng bánh từ trên trời rơi xuống này. Khách hàng có vẻ là một tay chơi "sộp" và chịu chi "đậm".

"Bao nhiêu người à?" - ông chủ tập đoàn cười khẩy. "Buổi tiệc của tôi không mời ai cả, nó dành cho những chú mèo!"

Người chủ khách sạn trợn tròn mắt kinh ngạc khi nghe về buổi tiệc có một không hai này. Để tăng thêm tính thuyết phục, vị "đại gia" hào phóng "dúi" cho ông chủ khách sạn 100 đô la.

"Đây là một phần chi phí. Phần còn lại thì tôi sẽ thanh toán sau khi bữa tiệc kết thúc."

Khách hàng chủ động đưa tiền như thế này đúng là miếng bánh từ trên trời rơi xuống đối với tay chủ khách sạn, ông ta lập tức tin sái cổ vào "sở thích" kỳ lạ này. Ông lập tức liệt kê một thực đơn dài dằng dẵng gồm những thức ăn ngon nhất dành cho mèo với mức giá "khủng", ngoài ra ông ta còn đề xuất sẽ mua và bày thức ăn do chính tập đoàn này sản xuất sau buổi tiệc.

Vị khách gật gù, khen ngợi ông là một người có tư duy kinh doanh sắc sảo.

Trước khi kết thúc buổi gặp mặt, người diễn viên lựa chọn và đặt một thực đơn đắt tiền toàn "sơn hào hải vị", lại còn yêu cầu phải được in bằng mực màu đỏ và xanh. Anh ta nói vì đây là hai màu sắc ưa thích của sáu mươi chú mèo sẽ đến tham dự bữa tiệc!

Tay chủ khách sạn đồng ý ngay tắp lự và chèo kéo nhiều yêu cầu "oái oăm" hơn để sau bữa tiệc, con số mà khách hàng phải thanh toán cho ông ta đội lên gấp mấy chục lần số tiền ban đầu.

Buổi sáng thứ Sáu, trước ngày diễn ra bữa tiệc, vị "chủ tịch tập đoàn" nọ gọi điện đến khách sạn.

"Hôm trước tôi đã sơ ý quên một điều," anh ta nói với tay chủ khách sạn. "Lẽ ra tôi phải đưa anh thêm 100 đô la nữa cho phần thực đơn đã thêm vào các món ăn mà anh đề xuất. Nhưng không sao, tôi sẽ thanh toán hết cho anh một lần sau bữa tiệc bằng tiền mặt nhé."

Mải mê vẽ vời thêm nhiều hạng mục phát sinh tiền, đã không bị khách từ chối mà còn hào phóng cho thêm, tay chủ khách sạn đắm chìm trong giấc mơ về một núi tiền sắp về tay mình nên lập tức đồng ý.

Thứ Bảy, thời khắc bắt đầu bữa tiệc đặc biệt đến gần, mọi thứ đã sẵn sàng. Nhưng cả buổi tối, ông ta mòn mỏi đợi chờ. Nhân viên của ông ta và nhiều phóng viên đã có mặt - ông ta đã lén lút mời họ mà không hề hỏi ý kiến của vị khách để nhân dịp này "trục lợi" về truyền thông.

Trớ trêu thay, vị "đại gia kinh doanh thức ăn cho mèo" đã làm thủ tục rời khỏi khách sạn chỉ một giờ trước khi bữa tiệc bắt đầu!

Lòng tham đã khiến tay chủ khách sạn sa bẫy. Càng bày vẽ ra nhiều hạng mục để moi tiền từ túi khách, chưa kể còn dám rắp tâm lợi dụng sự kiện riêng của khách để quảng bá cho bản thân, càng khiến ông ta ê chề, xấu hổ khi vỡ lẽ ra mọi chuyện.

Đâu là động cơ cảm xúc chủ đạo của những người đứng đằng sau trò chơi khăm này?

Chính là Danh Tiếng!

Những người chơi xỏ tay chủ khách sạn có lẽ muốn trả đũa vì trước đây ông ta từng gian lận với họ (như những gì ông ta đã làm với vị "đại gia" kia) - một động cơ hoàn toàn mang tính cảm xúc.

Còn tay chủ khách sạn là một Người Vị Lợi chính hiệu. Trên thực tế, những Người Vị Lợi không phải lúc nào cũng là người xấu hay thiếu trung thực, và những loại người khác thuộc Bộ Tứ cũng tương tự. Nếu ông ta không lừa dối nhiều khách hàng, sẽ không có một nhóm người bày ra trò này để trả đũa. Nếu không tham lam, ông ta sẽ xác nhận kỹ càng với vị "đại gia" về kinh phí, mức tiền cọc tối thiểu cho hai bên chứ không phải là cố gắng gài khách hàng hết món này tới món khác để chèo kéo thêm tiền, hòng vét nhẵn túi tiền của khách, cũng như sẽ không lợi dụng sự kiện của khách để quảng bá cho bản thân và khách sạn.

Bạn nghĩ trò chơi khăm này sẽ khiến tay chủ khách sạn sáng mắt ra, hiểu được tác hại của lòng tham và không tái phạm nữa?

Rất tiếc là Không.

Người ta có câu: "Giang sơn dễ đổi, bản tính khó dời." Tay chủ khách sạn là Người Vị Lợi và sẽ luôn như vậy. Nhưng cú "tát" này sẽ khiến ông ta thận trọng hơn trong giao dịch với những khách hàng khác, "ràng buộc" họ bằng các quy định khắt khe hơn.

Tiền bạc, bổng lộc và sự sở hữu

Tiền Bạc có thể xem là Tử Huyệt Cảm Xúc biểu hiện rõ nhất và dễ tác động nhất trong Bộ Tứ Quyền Lực. Hầu hết mọi người đều hiểu và phản ứng lại những tác động về Tiền Bạc.

Ngay cả lối sống và sinh hoạt hằng ngày của chúng ta cũng phản ánh rất cụ thể mức độ tác động của Tiền Bạc lên cảm xúc của chúng ta.

Một người đàn ông 50 tuổi bị kiện ra tòa vì tội gian lận cá độ. Cảnh sát đã lục soát và tìm thấy 16.800 đô la trong phòng ông ta – một khoản tiền rất lớn. Tuy nhiên, khi người đàn ông này giải trình về nguồn gốc số tiền, cả thẩm phán lẫn những người tham dự phiên tòa đều bị thuyết phục.

Ông ta đã thực hiện được một kỳ tích trong việc tiết kiệm. Chỉ với mức lương 56 đô la một tuần, ông ta dành dụm được tận 16.800 đô la!

Bằng cách nào ư?

Ông ta giải thích:

"Tôi không hẹn hò, không hút thuốc, không uống rượu bia, không mua quần áo mới mà chỉ mặc lại quần áo cũ. Nếu quần áo bị rách thì tôi có thể vá lại để mặc tiếp. Thật ra thì ngay quần lót tôi cũng làm vậy. Tôi đã mang chung giày với bố để đi làm và mặc duy nhất một bộ đồ trong suốt mười ba năm. Khi cần cạo râu, tôi sẽ mượn của người khác. Tôi từng cho bà ngoại mình vay 15 cent với lãi suất là 12%. Quan trọng nhất là tôi không bao giờ mua cho mình thứ gì có giá cao hơn 56 cent!"

Dù vẻ ngoài trông luộm thuộm và nhếch nhác nhưng ông ta vô cùng tự tin và tự hào về bí quyết bản thân đã đúc kết được sau chừng ấy năm tháng.

Tiền Bạc là một nhu cầu cảm xúc. Chúng ta ai cũng muốn kiếm thật nhiều tiền để đổi lấy những quyền lợi, phần thưởng, nhà cửa hay sở hữu tài sản. Người ta sẵn sàng kể cho bạn biết họ đã phải vất vả như thế nào để kiếm được đồng tiền.

Một nữ danh ca của nhà hát opera Metropolitan bị dư luận bàn tán vì thu nhập mỗi tháng cao hơn cả thu nhập của Tổng thống Mỹ trong một năm. Khi được hỏi về vấn đề này, cô đáp:

"Chúng ta đều phải lao động để có tiền. Là một ca sĩ, tôi luôn cố gắng cống hiến để đảm bảo chất lượng các ca khúc opera mà mình

biểu diễn. Mọi người có thể đề xuất Tổng thống thử hát vở Norma[4] trong buổi biểu diễn sắp tới. Những người từng tập luyện và biểu diễn vở hát luôn hiểu vì sao tôi được trả lương như vậy."

[4] Norma (Vicenzo Bellini) là một trong những vở opera điển hình nhất của trường phái Opera Bel canto đầu thế kỷ XIX - trường phái opera tôn vinh giọng hát và những kỹ xảo tinh túy của nghệ thuật "hát đẹp" (bel canto). Không chỉ sở hữu những giai điệu tuyệt đẹp thường thấy của Bellini và những đoạn nhạc giúp nghệ sĩ phô diễn kỹ thuật hát hoa mỹ, điểm khác biệt ở Norma là nó còn có một cốt truyện cực kỳ kịch tính.

Mọi người đều khát khao kiếm được nhiều tiền cũng như những lợi ích có thể mua được bằng tiền. Chúng ta luôn cố gắng tìm cách kiếm nhiều tiền nhất với công sức bỏ ra ít nhất. Một số người trong chúng ta thích kiếm tiền để tiết kiệm, số khác lại thích tiêu tiền để thỏa mãn những nhu cầu và sở thích cá nhân.

Có được nhiều Tiền Bạc là ước muốn sâu thẳm và cháy bỏng trong mỗi chúng ta. Chúng ta luôn lo sợ mất tiền hoặc thiếu đi những sự đảm bảo về tài chính. Do vậy, chúng ta có xu hướng cởi mở và thân thiện với những ai chỉ cho chúng ta cách thức hoặc phương tiện giúp chúng ta có được nhiều tiền hơn.

Một buổi tối nọ, một nhà thầu đang kiểm tra việc tháo dỡ một đoạn đường ray ít được sử dụng trong hệ thống đường sắt New York. Những người thợ đang làm việc rất chăm chỉ với xà beng và đèn xì hàn trên tay, họ lần lượt tháo những thanh sắt ra. Bất ngờ, hai viên cảnh sát nhìn thấy liền dừng xe tuần tra và đến tìm hiểu.

Nhà thầu đó - vốn là một tay kinh doanh sắt vụn - giải thích với cảnh sát rằng họ làm việc này theo một hợp đồng đã được ký kết với đại diện công ty đường sắt. Bản hợp đồng của họ còn có con dấu chứng thực!

Kết quả điều tra cho thấy không có đại diện nào của công ty đường sắt liên quan đến bản hợp đồng. Đây thực chất là một vụ mua bán "chui", tay kinh doanh sắt vụn đã trả tiền cho một người môi giới để mua tám tấn sắt từ những cung đường sắt ít-sử-dụng. Điều khoản mua bán là ông ta mua bao nhiêu tấn sắt đường ray thì sẽ trả bấy nhiêu tiền cho tên môi giới.

Khi đó, tay kinh doanh sắt vụn đã bán được mười tám tấn sắt đường ray và thu được một khoản lợi nhuận kha khá!

Tại sao tay kinh doanh sắt vụn dám ngang nhiên tháo dỡ những

đoạn đường sắt mà không nghĩ đến những vấn đề liên quan tới luật pháp?

Ông ta là một nhà kinh doanh Thực Dụng. Ưu tiên số một của ông ta là Tiền, và toàn bộ tâm trí ông ta hướng về Tiền. Đối với ông ta, đường ray là một món hàng có thể đem đi cân ký và bán lấy tiền. Cho đến tận lúc bị cảnh sát bắt quả tang, ông ta vẫn rất tự tin, có những phát ngôn và hành động nhằm giải thích cho hành động của mình là hợp lý.

Khao khát của ông ta là Tiền. Còn nỗi sợ của ông ta là MẤT cơ hội kiếm tiền vì nếu ông ta không tranh thủ cơ hội "béo bở" này, người khác có thể sẽ đánh hơi ra và nẫng tay trên của ông ta!

Còn kẻ đồng phạm kiêm "đại diện công ty đường sắt", vì sao cũng đồng thuận cho hành động "rút ruột" này? Vì họ có Tử Huyệt giống nhau - kiếm Tiền là quan trọng nhất!

Cả hai người đều đắm chìm trong khao khát kiếm tiền đến nỗi lập ra một đường dây mua bán bất hợp pháp để thỏa mãn ham muốn kiếm tiền của bản thân!

Con người không dễ gì chấp nhận thay đổi quan điểm cảm xúc của mình (hay cụ thể hơn, Tử Huyệt Cảm Xúc của mỗi người gần như là "bất biến"). Vì vậy, chúng ta luôn có cơ hội để tác động vào Tử Huyệt sẵn có của họ theo những cách thức mà chúng ta mong muốn: tung tin đồn có lợi khiến giá cổ phiếu tăng đến mức chóng mặt, chia sẻ những cách thức để hiện thực hóa các ý tưởng làm giàu nhanh mà dễ, v.v...

Chẳng lẽ ngay cả những người đàn ông và phụ nữ thông minh nhất cũng có thể bị đồng tiền làm mờ mắt?

Câu trả lời: Chính xác là thế!

Con người cần Tiền để chi trả cho những nhu cầu vật chất lẫn tinh thần.

Tiền Bạc được sử dụng trong mọi phương diện của đời sống, và dù bạn giàu có đến đâu thì bạn vẫn phải dùng Tiền để trang trải cho cuộc sống của bản thân và gia đình.

Như trường hợp của một người phụ nữ nọ, cô định bỏ một đồng xu vào chiếc nón của người ăn xin chống nạng bên đường.

"Thật tội cho ông khi bị tật thế này." Người phụ nữ thở dài.

“Vâng, tôi tệ lắm thưa cô.” Người ăn xin gật gù.

“Tôi mong cuộc sống của ông sẽ khá hơn.” Cô mỉm cười chúc người ăn xin những điều tốt đẹp.

“Cảm ơn cô.”

Sau khi người phụ nữ xoay lưng đi và khuất bóng sau ngã rẽ, người ăn xin mới lẩm bẩm.

“Hồi tôi làm người mù, người ta toàn cho tôi ngoại tệ cơ!”

Tại sao những tay tội phạm khét tiếng không dùng kỹ năng hay tài nghệ của mình để làm những việc hợp pháp và có ích hơn? Họ hoàn toàn có thể, chỉ là việc sống lương thiện và hợp pháp đòi hỏi quá nhiều ràng buộc và quy định phải tuân theo. Điều này khiến hầu hết các tên tội phạm cảm thấy bị trói buộc và có khả năng phát sinh hành động chống đối xã hội[5].

[5] Rối loạn nhân cách chống đối xã hội (tiếng Anh: Antisocial personality disorder - ASPD) là một trạng thái không bình thường của nhân cách biểu hiện chủ yếu bằng sự khó hoặc không thích ứng thường xuyên với các quy tắc đạo đức xã hội và pháp luật. Đây là một dạng trong nhóm bệnh rối loạn nhân cách.

Không quá ngạc nhiên khi các nghiên cứu chỉ ra rằng rối loạn nhân cách chống xã hội có tỷ lệ cao ở tù nhân (những người thường có hành vi bạo lực). Tương tự như vậy, người lạm dụng rượu và các chất gây nghiện cũng được ghi nhận là có nhiều khả năng mắc hơn so với cộng đồng.

Tử Huyệt Tiền Bạc - bao gồm cả những phần thưởng vật chất khác ngoài tiền - được định hình trong trẻ nhỏ; suy nghĩ này sẽ “bén rễ và ăn sâu” khi chúng lớn lên. Những người bán hàng xuất sắc, những công ty và tổ chức kinh doanh thu được lợi nhuận nhờ vận dụng Tử Huyệt này để thu hút sự chú ý, khơi dậy khao khát về sản phẩm trong các khách hàng tiềm năng và khiến họ quyết định mua hàng.

Ví dụ rõ nhất là các cuộc thi, nơi mà những phần thưởng vật chất trị giá càng cao thì sự ganh đua càng khốc liệt. Trung bình một năm, tổng số tiền thưởng mà các cuộc thi chính thống diễn ra trên toàn nước Mỹ đã chi cho những người chiến thắng hơn 40 triệu đô la!

Các giải thưởng này bao gồm những khoản tiền mặt khổng lồ,

những tài khoản có khả năng sinh lời, sổ bảo hiểm, áo khoác da đắt tiền, xe cổ giá trị, vật nuôi thuần chủng, bất động sản, hiện vật hoặc các vé sử dụng dịch vụ miễn phí.

Những người tham gia thi có thể là bất kỳ ai trong cuộc sống đời thường!

Một công ty nước giải khát tổ chức cuộc thi với giải thưởng lớn nhất trị giá 50.000 đô la. Thí sinh sẽ được mang về nhà toàn bộ số tiền mà họ đào đất thắng được trong vòng năm phút. Ngoài ra, họ cũng có những giải thưởng phụ khác như: số tiền đào được trong ba phút và số tiền đào được trong một phút.

Trước khi cuộc thi diễn ra, tổng số tiền mà số người dự thi này đã tiêu tốn là 123.000 đô la khi họ gửi những tờ phiếu đăng ký dự thi qua bưu điện!

Để có thể định giá giải thưởng, nhà tài trợ cuộc thi đã thuê những người đào đất chuyên nghiệp nhất. Nhờ vậy họ xác định được trung bình một người có thể đào được 13.000 đô la trong vòng năm phút, 9.000 đô la trong vòng ba phút và 3.000 đô la trong vòng một phút. Tổng cộng, các thí sinh có thể thu về cho mình cao nhất là 25.000 đô la tiền thưởng.

Thực chất, ba người chiến thắng cuộc thi đã giành được đến 35.000 đô la.

Một trong ba thí sinh thắng giải đã miệt mài luyện tập đào đất trong hầm nhà cô ta suốt cả mùa đông để giành được giải cao!

Cuộc thi đào đất này mang đến lợi ích gì cho doanh số bán nước giải khát của nhà tài trợ?

Hiển nhiên là có! Doanh số của họ đã tăng 38% nhờ những hiệu ứng trực tiếp và gián tiếp của cuộc thi!

Nỗi sợ Mất Tiền

Về mặt cảm xúc, nỗi sợ mất mát Tiền Bạc hoặc tài sản của chúng ta mãnh liệt không kém gì khát khao kiếm Tiền.

Không phải ngẫu nhiên mà ngày nay, mọi công ty và doanh nghiệp đều rất cẩn trọng với các hoạt động thu chi tài chính của mình. Các báo cáo tài chính phải kê khai đầy đủ mọi thông tin, quyết định, các khoản vay hoặc cho vay, các giao dịch thành công và không thành công, thống kê và phân loại mọi hoạt động

chuyển khoản được thực hiện.

Mọi ngân hàng và doanh nghiệp lớn nhỏ đều sợ mất tiền, và bạn cũng thế, phải không?

Bạn còn nhớ có những người, kể cả khi họ rất thân thiết, bạn cũng không dám cho họ vay tiền hay cho mượn tài sản vì "Một lần bất tín, vạn lần bất tin"?

Trong lịch sử nhân loại, luôn tồn tại những người như thế. Tuy nhiên, cuộc sống cũng không ít người "Chữ tín còn quý hơn vàng".

Câu chuyện mà tôi chia sẻ dưới đây là về cố Tổng thống Abraham Lincoln khi ông còn sống ở Springfield, Illinois. Một ngày nọ, ông nhận được một lá thư từ một ngân hàng ở miền Đông. Ngân hàng nhờ Lincoln viết thư để xác nhận khả năng thế chấp cho một người mà ông quen, vì người này đang muốn vay họ một số tiền lớn. Lincoln đã trả lời như sau:

Thư đã nhận vào ngày 10.

Thứ nhất, anh ta có một người vợ và một con nhỏ; hai người đó đáng giá ít nhất 500.000 đô la với bất kỳ người đàn ông nào.

Thứ hai, anh ta có một văn phòng, trong đó có một cái bàn đáng giá 1,5 đô la và ba cái ghế có giá khoảng 3 đô la.

Cuối cùng, văn phòng này có một lỗ thủng khá lớn do lũ chuột gây ra, đủ để nhìn sang phía bên kia bức tường.

Trân trọng,

A. Lincoln

Thay vì dùng uy tín cá nhân để xác nhận là người đàn ông này đáng tin hay không, ông đã lựa chọn trần thuật lại những "tài sản" mà người này đang sở hữu, bao gồm cả tình trạng gia đình và bất động sản. Từ đó, ngân hàng có thể quyết định việc có nên cho anh ta vay hay không.

Vẻ ngoài giàu có hoặc phong thái quý tộc không nói lên điều gì về quan điểm cảm xúc bên trong một người về vấn đề Tiền Bạc. Mọi hành động gìn giữ Tiền Bạc hay tài sản của họ, dù với mục đích tốt hay xấu, đều mang những ý nghĩa nhất định về mặt cảm xúc.

Suốt nhiều năm, tôi đã đặt một câu hỏi thú vị với các học viên, khán giả, sinh viên, doanh nhân và trí thức để tìm hiểu câu trả lời theo phản xạ của họ sẽ như thế nào. Câu hỏi như sau:

"Nếu nhà bạn bị cháy và bạn chỉ có một mình, bạn sẽ làm gì đầu tiên?"

Kết quả, câu trả lời có số lượng áp đảo nhất trong các cuộc khảo sát là họ sẽ ngay lập tức cứu lấy tiền bạc hoặc những món đồ giá trị nhất trong nhà trước khi chạy ra ngoài!

Đó là những thứ gì?

"Tôi có một bộ sưu tập tem rất quý. Nó là kết quả của hơn hai mươi năm thu thập miệt mài của tôi."

"Tôi sẽ cứu lấy cái áo lông thú vừa mới mua. Tôi không muốn nó bị cháy sém, dù chỉ là một chút!"

"Tôi sẽ lấy ngay 300 đô la trong phòng ngủ. Tôi muốn gửi tiết kiệm số tiền này từ lâu rồi mà chưa có thời gian."

"Tất nhiên là cây đàn măng-đô-lin. Nó là người bạn thân thiết của tôi, đặc biệt là những khi tôi cảm thấy khó chịu hay bực dọc trong người. Sở thích chơi đàn đã giúp tôi hạ hỏa và yêu đời hơn."

"Tôi sẽ cứu lấy hai bộ cánh mới tậu. Lúc nào người ta cũng khen tôi xinh đẹp từ khi tôi mặc chúng."

"Mấy chiếc nhẫn hột xoàn của tôi. Cho dù nhà bị cháy thành tro, tôi cũng phải chờ rất lâu sau mới được nhận tiền bảo hiểm; nếu có nhẫn, tôi có thể bán chúng để sống qua ngày!"

"Tôi phải giữ được cái bóp tiền của mình! Tôi không thể đi đâu hay làm gì mà không có nó!"

"Chúng tôi có một cặp vé đi du lịch châu Âu. Hai vợ chồng tôi đã dành dụm cả đời để đủ tiền mua chúng. Kể cả khi nhà chúng tôi cháy rụi, chúng tôi vẫn sẽ đi!"

"Những cuốn sách 'độc bản' của tôi! Tôi mà mất chúng thì ngay cả tiền bảo hiểm cũng không đền nổi! Những cuốn sách trong bộ sưu tập đó là vô giá và không thể tìm mua cuốn thứ hai được đâu! Chúng sẽ cháy thành tro trong đám cháy mất!"

"Tôi sẽ chụp ngay chiếc kèn harmonica yêu quý. Nó là bùa may

mắn của tôi và đã theo tôi suốt ba năm qua. Những khi tôi rời khỏi nhà mà không mang theo nó, tôi luôn gặp xui xẻo. Tôi phải trở lại nhà để lấy nó kể cả khi tôi bị trễ giờ làm. Nó đây!"

Và cũng câu hỏi này, tôi muốn hỏi bạn:

"Nếu nhà bạn bị cháy và bạn chỉ có một mình, bạn sẽ làm gì đầu tiên?"

Nghĩ kỹ xem!

Bạn sẽ cố gắng cứu lấy thứ gì trước khi thoát thân?

Đồ vật bạn mang theo có thể khác họ, nhưng phần lớn trường hợp chúng đều có giá trị đặc biệt về vật chất. Nói đúng hơn, chúng trị giá rất nhiều Tiền, hay thậm chí quý đến mức vô giá. Vì vậy, bất chấp nguy hiểm, bạn sẽ nghĩ về thứ đó trước tiên và mang chúng theo mình

Vì sao sự phung phí khiến bạn có cảm giác như "dằm trong tim"?

Một người đàn ông đến gara sửa ô tô để sửa chiếc xe của mình.

Ông nhìn thấy một thợ sửa xe mặc đồng phục nghiêm chỉnh đang lui cui chăm sóc một chiếc ô tô. Anh ta thay nhớt cho xe, thử ga, vệ sinh các ghế ngồi sau khi đã rửa tay sạch sẽ, kiểm tra cả bốn bánh xe lẫn lốp dự phòng, cọ sạch mọi vết bẩn trên viền trước và sau ô tô.

Ông khách đến chỗ người chủ gara - vốn là bạn của ông - và chỉ tay vào người thợ mẫn cán kia.

"Ê, Mike. Tôi quan sát anh thợ kia nãy giờ. Anh ta có vẻ chăm chỉ và gương mẫu nhỉ?"

"Anh chàng đó hả?" Người chủ gara phá lên cười. "Ừ đúng rồi, vì đó là xe của anh ta mà!"

Tử Huyệt Tiền Bạc có hai mặt. Một mặt, chúng ta luôn khao khát có thật nhiều tiền và tài sản, cũng như giữ cho chúng trong tình trạng tốt nhất có thể. Mặt khác, chúng ta lo sợ những khoản chi đột xuất, những biến cố gây mất tiền hoặc tổn hại đến tài sản.

Câu chuyện tiếp theo tôi chia sẻ với bạn là về người chủ một bãi đỗ xe ở thành phố lớn. Ông ta đã vận dụng kiến thức này để giành được lợi thế cạnh tranh trong kinh doanh.

Bãi đỗ xe của ông cách khu trung tâm hai tòa chung cư lớn so với những bãi xe khác. Phần lớn những người sử dụng phương tiện giao thông thích gửi ở những bãi xe càng gần trung tâm càng tốt. Họ không muốn tốn thời gian và công sức chạy xe xa hơn để đến bãi đỗ của ông ta. Vì vậy, bãi đỗ xe của ông thường bị trống hơn nửa chỗ.

Để thu hút thêm nhiều người đến gửi, người chủ quyết định giảm giá, đưa ra những chế độ ưu đãi đặc biệt, cải tạo bãi đỗ xe và gắn nhiều tấm biển với nội dung "NHÀ GIỮ XE" và "NƠI ĐÂY CÓ GIỮ XE".

Những cố gắng của ông đều không mang đến kết quả khả quan. Đến khi ông chọn được bốn chữ đánh trúng Tử Huyệt Cảm Xúc của người đi đường.

Toàn bộ các tấm biển được đổi thành:

"Bãi đỗ xe CÓ BẢO VỆ RIÊNG."

Từ hôm đó, nhiều vị khách sẵn sàng đỗ xe cách khu trung tâm hai tòa chung cư để được gửi xe ở một nơi "an toàn" và được "bảo vệ tối đa". Thậm chí có những ngày bãi đỗ xe của ông đã không còn chỗ trống nào mà vẫn có người đến hỏi đỗ xe ở đó.

Nhân tố giúp bãi đỗ xe của ông khác biệt chính là cụm từ "có bảo vệ riêng". Ai cũng muốn tài sản của mình được an toàn. Trong bối cảnh cùng mức chi phí, nhưng bãi đỗ xe của ông chủ nọ còn trang bị thêm "bảo vệ riêng", chính sự "đầu tư" về mặt an ninh này của ông khiến khách hàng cảm thấy an tâm hơn rất nhiều khi gửi tài sản của họ ở đây.

Mặt tương phản của Tử Huyệt Tiền Bạc, tức nỗi sợ bị mất Tiền hoặc tài sản, cũng có khả năng đánh động tâm trí con người, khiến họ phải chú ý và duy trì sự quan tâm hiệu quả không kém gì khát khao hoặc sự ham muốn kiếm Tiền. Tuy vậy, khi bạn vận dụng mặt trái này, cần phải cực kỳ thận trọng, và bạn phải tiên liệu trước những kịch bản có thể xảy ra khi áp dụng nó.

Như trường hợp câu chuyện tôi sẽ kể sau đây:

Một hợp tác xã trồng cây ăn quả nổi tiếng ở vùng West Coast đang tìm kiếm một công ty quảng cáo mới cho các sản phẩm của họ. Sau khi tìm hiểu và xem xét hồ sơ của nhiều công ty khác nhau, họ chọn được hai tên tuổi nổi bật nhất.

Đại diện của cả hai công ty được mời đến thuyết trình về phương án của họ trước một hội đồng gồm các nông dân trồng cây ăn quả của hợp tác xã.

Một trong hai đại diện trình bày về nhược điểm nếu họ lựa chọn một công ty quảng cáo chuyên sử dụng lại những ý tưởng đã có trên thị trường. Để minh họa cho luận điểm của mình, anh ta lấy ra một bức tranh tĩnh vật rất đẹp bằng sơn dầu, miêu tả về một đĩa trái cây.

Sau đó, anh ta thảy bức tranh xuống đất, đồng thời nói lớn với hội đồng rằng:

"Bức tranh tuy đẹp, nhưng nó không mang đến lợi ích thực tế gì cho chúng ta. Hơn nữa, hình ảnh được vẽ trên đây đã được in nhan nhản khắp mọi nơi. Nếu mới nhìn thấy lần đầu, chúng ta sẽ bị choáng ngợp vì độ bắt mắt của nó. Nhưng mọi người thử tưởng tượng xem, nếu bạn có thể bắt gặp nó ở bất kỳ đâu, trên tập sách, khăn giấy, thậm chí là giấy dán tường, nó có còn ấn tượng nữa hay không? Chắc chắn là không!"

Anh ta dõng dạc giải thích tiếp:

"Làm quảng cáo về sản phẩm, công ty chúng tôi coi trọng ý tưởng độc đáo, đặc sắc và không-đụng-hàng. Đây là điều giúp cho sản phẩm của các bạn hoàn toàn khác biệt trên thị trường."

Cách thể hiện của đại diện công ty quảng cáo ở trên đã gây ấn tượng rất mạnh với toàn thể hội đồng. Nhưng hành động phá hủy bức tranh ngay trước mắt khán giả đã gây ra cảm xúc tiêu cực. Cho dù bức tranh được anh ta đánh giá là không mang đến lợi ích thực tế, nhưng nó vẫn còn nguyên vẹn và đẹp đẽ. Anh ta chủ động phá hủy nó khiến họ liên tưởng đến sự phung phí. Hơn nữa, chủ đề bức tranh mà anh ta lựa chọn là trái cây, và công ty của họ trồng cây ăn quả! Họ liên tưởng đến hình ảnh trái cây của họ bị giẫm đạp không thương tiếc!

Do đó, tất cả thành viên trong hội đồng đều nhất trí chọn công ty quảng cáo còn lại.

Nhưng nếu nỗi sợ mất Tiền được định hướng đúng đắn, nó sẽ tạo ra những hiệu quả và ưu thế tích cực mà bạn không thể ngờ được, và nó hiệu nghiệm với cả một đám đông quần chúng.

Cecil B. DeMille[6], một trong những nhà sản xuất phim thành công nhất Hollywood, là người đã vận dụng thành công hiệu ứng cảm

xúc này trong sự nghiệp làm phim vang dội của mình.

[6] Cecil Blount DeMille (1881-1959): một trong những đạo diễn kiêm nhà sản xuất phim thành công nhất Hollywood vào thời kỳ chuyển tiếp từ phim câm sang phim có âm thanh. Ông từng đoạt giải Oscar dành cho Phim Hay Nhất với bộ phim Màn trình diễn hay nhất thế gian (1952). Những bộ phim nổi tiếng khác của ông: Nữ hoàng Cleopatra (1934), Samson và Delilah (1949) và Mười điều răn của Chúa (1956).

Tại thời điểm đó, ông bắt đầu một dự án phim mà ông tin rằng kết quả cuối cùng sẽ là một bộ phim có khả năng gây "cháy" mọi phòng vé. Ông rất hài lòng với kịch bản phim cũng như dàn diễn viên đã tuyển chọn, nhưng suốt một thời gian dài ông vẫn có cảm giác còn điều gì đó khiếm khuyết. Tác phẩm của ông vẫn chưa đủ yếu tố để lôi kéo công chúng đến rạp.

Để "kích thích" khán giả, ông đã chọn chi tiết gây sốc của phim là nỗi sợ Tiền Bạc, hay chính xác hơn là khán giả sẽ tiếc nuối vô cùng khi nhìn thấy một món đồ xa hoa trong mắt nhân vật của mình mà lại chẳng khác nào một thứ tầm-thường.

Nghĩ là làm, ông tốn thời gian để dạo ở các thương hiệu thời trang hàng đầu và chọn mua một chiếc áo ngủ hàng hiệu đắt tiền được làm từ lông của loài sóc sin-sin[7] với giá là 1.500 đô la - một cái giá không dám mơ tới với mức sống của thời bấy giờ. Trong bộ phim của mình, ông đã thực hiện một cảnh quay mà nữ diễn viên chính nắm chặt chiếc áo lông thú và kéo lê nó trên nền đất để diễn tả "tâm trạng" của mình!

[7] Chinchilla hay còn gọi là sóc sin-sin, là một loài động vật gặm nhấm hoạt động về đêm (chỉ ra ngoài hoạt động từ lúc hoàng hôn đến bình minh). Chúng có kích thước lớn hơn sóc đất (ground squirrel), có nguồn gốc từ dãy núi Andes ở Nam Mỹ. Chinchilla nghĩa đen là chincha nhỏ, được đặt theo tên của tộc người Chincha ở Andes. Sóc Chinchilla có bộ lông dày và mềm mịn như nhung. Đến cuối thế kỷ XIX, số lượng sóc chinchilla trong tự nhiên khá hiếm bởi nạn săn bắn để lấy lông. Ngày nay, hầu hết nguồn lông sóc chinchilla phục vụ cho ngành công nghiệp thời trang là từ các trang trại nuôi sóc chinchilla.

Ngay cả những người trong đoàn làm phim cũng không nói nên lời khi cảnh quay ấy diễn ra. Và với khán giả - những người tới rạp phim - đã vô cùng thảng thốt khi chứng kiến cảnh phim được xem là đỉnh cao của sự đốt-tiền này!

Hàng loạt tờ báo danh tiếng và giới truyền thông đã giật tít về cảnh quay đốt-tiền trên các trang bìa. Nhiều cây bút bình luận thẳng thắn phê phán và cảnh quay "chiếc áo lông thú" của DeMille đã trở thành một biểu tượng kinh điển của sự hoang phí.

Công chúng không ngừng tò mò, bình phẩm, tranh cãi và kéo nhau rồng rắn đến rạp xem phim để được chứng kiến tận mắt.

Số liệu được thống kê từ các phòng vé cho thấy, chi tiết chiếc áo lông thú trị giá 1.500 đô la bị "hủy hoại" với khả năng Thôi Miên Cảm Xúc cực độ đã giúp bộ phim thu về 250.000 đô la chỉ sau một tuần công chiếu - một con số vô cùng ấn tượng thời bấy giờ!

Sự Hoang Phí nếu áp dụng đúng cách và đủ "liều lượng" thì sẽ gây ấn tượng không hề kém cạnh so với cảm xúc kiếm được Tiền hay cảm giác khi nhận bổng lộc. Như hai mặt Âm-Dương của Tiền Bạc, là một trong Bộ Tứ Quyền Lực thuộc Tử Huyệt Cảm Xúc của con người - mọi hành động, cảm nhận và những mối bận tâm của chúng ta đều sẽ xoay quanh chúng!

Thoát khỏi nỗi lo âu về tiền bạc

Ngay cả những người tự tin vào cuộc sống "ăn no, mặc ấm" của mình, họ vẫn có thể bị hấp dẫn bởi chủ đề về Tiền Bạc. Bởi vì Tiền Bạc đã "ăn sâu bén rễ" vào cuộc sống của chúng ta đến nỗi khi trưởng thành, chúng ta trằn trọc và trăn trở vì Tiền Bạc hơn mọi thứ khác trong cuộc sống.

"Ôi, Tiền, Tiền, Tiền," Ogden Nash[8] từng viết rằng, "Ta không ngờ chúng có thể vi diệu đến thế! - Chúng đi ra thì xối xả nhưng đi vào túi lại nhỏ giọt!"

[8] Frederic Ogden Nash (19/8/1902 - 19/5/1971): Ông là nhà thơ trào phúng Mỹ, tác giả của những tập thơ châm biếm chua cay mà nhẹ nhàng.

Tử Huyệt Tiền Bạc bao gồm mọi vấn đề liên quan đến Tiền như kiếm tiền, giữ tiền, mua bán, tưởng thưởng và đầu tư bằng tiền. Những mong muốn, nỗi sợ và khát khao liên quan đến Tiền đều gắn liền với quyền sở hữu tài sản, quyền lực kinh tế và những cảm nhận, mong đợi về "một tương lai được đảm bảo."

Với nhiều người, Tiền Bạc là Tử Huyệt lớn nhất. Mỗi người có thể sở hữu một hoặc nhiều Tử Huyệt Cảm Xúc khác nhau, nhưng phản ứng về cảm xúc của mỗi người với Tử Huyệt của bản thân sẽ khác nhau.

Thái độ và niềm tin của từng người đối với Tiền Bạc sẽ biểu hiện qua từng lời ăn tiếng nói, hành động, cử chỉ trong các hoạt động hằng ngày như đi chợ mua vài quả trứng cho đến những tình huống phức tạp hơn trong cuộc sống.

Bạn muốn biết Tiền Bạc có phải Tử Huyệt chủ đạo của một người hay không? Hãy quan sát kỹ những hành động của một người. Tôi sẽ chia sẻ với bạn biểu hiện của tuýp người này thông qua ví dụ bên dưới.

Bà B. là một bà nội trợ, một người mẹ, và thuộc tuýp Người Vị Lợi.

Cha mẹ bà đã qua đời. Khi còn nhỏ, gia đình bà rất nghèo. Cha của bà là một diễn viên thường xuyên thất nghiệp và bất đắc chí; hầu hết những vai diễn "để đời" của ông được trình diễn trên một "sân khấu" tròn, màu hồng và cao chừng một thước - thực chất là chiếc bàn bếp của cả gia đình. "Người nhắc tuồng" của ông ấy là rượu, còn vợ và con ông ấy là những khán giả bất đắc dĩ. Vì có một người chồng không có tinh thần cầu tiến như vậy, mẹ của bà B. phải giữ vai trò vừa là vợ, vừa là trụ cột gia đình. Bà thường xuyên phải vắt kiệt sức lực với công việc làm thợ giặt ủi cực khổ với mức thu nhập vô cùng thấp, gần như bữa đói bữa no, không đủ trang trải cho nhu cầu vật chất và tinh thần của cô con gái đang tuổi ăn tuổi lớn.

Vì sinh trưởng trong hoàn cảnh như vậy nên bà B. phải bươn chải kiếm sống từ khi 12 tuổi và bà lập gia đình vào năm 19 tuổi. Dấu ấn về cuộc sống khổ cực khiến bà B. làm lụng vất vả với mong mỏi có thể mang lại cho gia đình những thứ mà bà không có được khi còn nhỏ.

Đám cưới, bà B. chỉ tổ chức một buổi tiệc giản dị và món ăn được bà chọn để đãi khách là món trứng bác[9]. Mẹ của bà đã rất ngạc nhiên khi con gái mình chọn món ăn này cho ngày trọng đại.

[9] Trứng bác là một món ăn được làm từ trứng (thường là trứng gà) khuấy hoặc đánh với nhau trong chảo khi chảo vừa nóng tới. Gia vị thường được sử dụng trong món ăn này là muối, bơ và đôi khi còn kèm với các gia vị khác.

"Hãy ăn bánh mì kèm với nước, như vậy bánh mì sẽ nở ra và chúng ta sẽ no nhanh hơn. Món trứng bác này vừa dễ ăn, dễ làm lại vô cùng tiết kiệm. Chúng ta không cần phải nấu những món cầu kỳ chỉ để được no bụng. Nhà càng đông người thì càng phải chú trọng việc làm sao để ăn no mà ít tốn tiền nhất!"

Cha mẹ và hai người chị của bà B. đều tự hào với hàng xóm láng giềng về người con gái "tiết kiệm thần sầu" của mình.

"Con bé biết may quần áo, tái chế và sửa sang quần áo cũ theo những cách mà ta không thể ngờ đâu! Con bé còn tằn tiện đến từng cục xà phòng. Không có thứ gì mà con bé để lãng phí! Con gái đảm đang như con bé thời nay chỉ có nước 'đốt đuốc đi tìm' còn không tìm được ấy chứ!"

Chính tài năng quán xuyến gia đình đến mức không một đồng xu nào lọt được qua kẽ ngón tay trở thành một ưu điểm đắt giá để gia đình của bà "hù" ông B.

"Cậu mà không tranh thủ thì người đàn ông khác sẽ nhanh tay đến trước. Lúc đó đừng có mà tiếc ngẩn tiếc ngơ vì mình có mối tốt mà không biết nắm bắt nhé!"

Thế là hai người họ cưới nhau.

Nỗi ám ảnh cực đoan về Tiền Bạc của bà B. bộc lộ ngay từ trước cả khi họ đi trăng mật. Bà tính toán, chi tiêu dè sẻn đến từng đồng, trả giá tất tần tật mọi thứ và tự mình làm mọi việc để đảm bảo không có chút phí phạm nào.

Mỗi khi một người bán hàng gợi ý bà nên mua thêm hoặc chuyển món hàng qua kích cỡ lớn hơn bằng câu nói:

"Chỉ thêm vài cent nữa nhưng bà sẽ nhận được giá trị tuyệt vời là..."

Bà B. sẽ ngắt lời họ ngay tức khắc.

Những chế độ ưu đãi như "Hoàn tiền trăm phần trăm" luôn hấp dẫn và khiến bà phải đắn đo suy nghĩ thiệt hơn rất lâu trước khi đưa ra quyết định cuối cùng. Những chương trình khuyến mãi với những lời chào hàng như "GIÁ ƯU ĐÃI CHỈ-MỘT-LẦN-TRONG-ĐỜI" khiến bà B. bồn chồn ngay lập tức!

Một trong những ngăn tủ quần áo của bà chất đầy những hộp băng vệ sinh mà bà mua từ những đợt giảm giá "rẻ không thể tin được!"

Cô con gái 12 tuổi của bà B. thường xuyên năn nỉ mẹ cho phép mình được sử dụng ngăn tủ đó để treo quần áo và đề nghị mẹ cho bớt những hộp băng vệ sinh không sử dụng tới nhằm có thêm không gian để đồ đạc.

Bà B. đáp lại không một chút thỏa hiệp:

“Đây không phải là việc của con! Chỉ có những dịp đặc biệt người ta mới bán chúng với giá rẻ như vậy!”

Thế là yêu cầu của cô con gái bị bác bỏ không thương tiếc.

Không những tằn tiện với chính mình, bà B. còn không ngừng dạy dỗ và áp đặt chính sách tằn tiện lên cô con gái và cậu con trai 9 tuổi; và hiển nhiên là chồng bà cũng không thoát được. Càng lúc bà càng trở nên cay nghiệt, căng thẳng và đáng sợ trong mắt các thành viên trong gia đình.

Với những người như bà B., lối sống tằn tiện không chỉ là một nhu cầu để đảm bảo cuộc sống cho gia đình, mà nó đã “thâm căn cố đế” vào người bà như một bản năng. Bà B. đã để cho thái độ cực đoan đối với Tiền Bạc chi phối mình theo hướng càng lúc càng tiêu cực.

Sự kẹt xỉ đến mức “vắt cổ chày ra nước” đã khiến bà B. nhìn đâu cũng thấy người ta hoang phí. Bà khước từ ngay cả đó là những nhu cầu hết sức cơ bản của người thân. Bà tự cô lập mình với người xung quanh vì sự kiêu căng rằng bà sinh ra và lớn lên từ trong cảnh nghèo khó, bà luôn biết làm điều gì là tốt nhất cho họ vì bà “ăn muối” còn nhiều hơn họ “ăn cơm”. Thói quen mua sắm sa đà vào những thứ rẻ bất chấp nguy cơ đã khiến sức khỏe của người thân bà hao mòn và chồng con không còn muốn giao tiếp với một người độc đoán như bà nữa.

Vì phải chịu đựng sự kiểm soát tiêu cực trên mọi phương diện của vợ mình trong suốt thời gian dài, ông B. - một người vốn dễ tính và ôn hòa - cũng dần trở thành người bực bội và cáu gắt.

Ông yêu hai đứa con, nhưng ghét cay ghét đắng tổ ấm của mình. Để trốn khỏi nhà, ông kiếm cớ đi ăn tối bên ngoài, ba buổi một tuần. Ăn tối xong, ông còn đi tiếp tăng hai, tăng ba cùng với bạn bè để không phải về nhà đối diện với những bài ca cẩm dài thườn thượt về sự vô dụng của bản thân và bà vợ đã phải khổ sở như thế nào để giữ cho cái gia đình này không bị đói. Ông là chủ của một cửa hàng bán lẻ ăn nên làm ra nên cuộc sống của họ cũng tương đối dư dả, nhưng hơn hai năm nay, ông và bà B. không mấy khi trò chuyện với nhau.

“Bà ấy mở miệng ra chỉ có tiền, tiền và tiền. Kể cả khi tắt đèn đi ngủ,” ông B. thở dài. “Bà ấy ngủ ngay bên cạnh tôi, nhưng tôi luôn có cảm giác hai người chúng tôi ở hai thế giới hoàn toàn khác

nhau!"

Bà B. sống chỉ vì đó là cuộc sống. Với bà, cuộc sống là mỗi ngày hít vào thở ra. Những ngày Chủ nhật hay những ngày nghỉ không khác gì "những ngày khác trong tuần."

Những người như bà B. không hiểu và cũng không nghĩ rằng sống là bao gồm cảm xúc vui vẻ. Cuộc sống trước kia của bà là một chuỗi ngày tính toán làm sao cho không "bữa đói bữa no".

Không ai dạy cho bà B. biết rằng bên cạnh sự lo toan về "cơm, áo, gạo, tiền" thì cuộc sống còn là những phút giây sẻ chia giữa các thành viên trong gia đình, là sự khuyến khích nhau cùng tiến bộ hay thỉnh thoảng cùng nhau ăn một món ngon, mua một thứ gì đó quý giá để khích lệ các thành viên trong gia đình thay vì cứ "bo bo giữ rịt" đồng tiền trong túi mình.

Tiền Bạc, nếu như bạn không "chuyển hóa" chúng trở thành những giá trị tích cực cho cuộc sống thì nó cũng như một "vật chết" trong túi mà thôi!

Sau khi nghe ông B. tâm sự, tôi tưởng tượng rằng bà B. là một người phụ nữ có vẻ ngoài khắc khổ, gầy guộc, khuôn mặt dài và tóc búi sau đầu.

Nhưng khi được gặp bà ấy, tôi mới biết bà là người phụ nữ có nước da ngăm, trang phục gọn gàng, khuôn mặt trang điểm nhẹ với vài nét chấm phá làm điểm nhấn. Bà chừng 36 tuổi và có chiều cao trung bình. Môi bà ấy mím chặt vào nhau, tạo ra hai nếp nhăn rất rõ ở hai bên khóe môi.

Bà B. đang giận dữ.

Vì ông B. dám "vạch áo cho người xem lưng", kể tôi nghe về mối quan hệ đang rạn nứt giữa họ. Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc đã giúp cho bao nhiêu người thành công trong giao tiếp cũng như hàn gắn những mối quan hệ đổ vỡ hoặc trên bờ vực rạn nứt. Nên tôi nghĩ là chỉ cần hai vợ chồng học cách thấu hiểu và giao tiếp với nhau đúng cách.

Sau khi trách móc chồng dữ dội, bà B. bật khóc nức nở. Bà thừa nhận Tiền Bạc là nỗi ám ảnh lớn nhất của bà. Nó bén rễ và lớn dần lên theo năm tháng, cùng với tuổi thơ thiếu thốn và bà đã vô cùng cực khổ để kiếm được từng đồng tiền một.

Tuổi thơ của bà lớn lên khi chứng kiến gánh nặng kinh tế quá lớn

đặt lên vai mẹ mình. Vì vậy khi kết hôn và làm mẹ, bà nghĩ rằng mình sẽ làm tốt hơn mẹ nếu vấn đề cốt lõi nằm ở cách chi tiêu trong gia đình. Bà B. sử dụng những kinh nghiệm quán xuyến tiền nong từ thời con gái để áp đặt cách sử dụng tiền trong nhà. Nếu như mọi người đều tằn tiện thì cuộc sống sẽ không bị tình trạng bữa đói bữa no như nhà bà lúc xưa. Bà không nghĩ rằng thái độ cực đoan đó đã khiến chồng và các con càng lúc càng e sợ, xa lánh và không còn muốn giao tiếp với mình nữa.

Bất kỳ người nào cũng rơi vào "cái bẫy" của cảm xúc tiêu cực từ nỗi ám ảnh Tiền Bạc. Những người khát khao kiếm tiền lẫn những người sợ mất tiền bởi vì Tiền Bạc là một trong Bộ Tứ Quyền Lực trong Tử Huyệt Cảm Xúc của con người - những điểm yếu chết người mang tính bản năng mà chúng ta không thể chống lại trong một sớm một chiều được!

Khi người trong cuộc ám ảnh Tiền Bạc đến mức cực đoan khiến những người xung quanh bị tổn thương bởi thái độ tiêu cực đó - trường hợp của bà B. cũng như hàng nghìn những trường hợp tương tự khác - tình trạng này chỉ chấm dứt khi và chỉ khi Tử Huyệt Cảm Xúc được xác định đúng và giải quyết từ gốc.

Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc sẽ chia sẻ cho bạn hai cách thức giúp bạn Thoát khỏi Nỗi Lo Âu về Tiền Bạc:

1- Cách tốt nhất để bạn rèn luyện thói quen tiết kiệm chính là học cách tiêu tiền đúng đắn.

Bạn hẳn sẽ thấy vô cùng bất ngờ khi sử dụng đồng tiền một cách hiệu quả và khôn ngoan lại không được đặt nền móng đầu tiên thông qua việc Tiết Kiệm như những gì chúng ta thường nghĩ!

Bạn muốn rèn luyện thói quen tiết kiệm?

Hãy bắt đầu bằng việc tổng kết và kiểm kê lại xem mình đang có bao nhiêu tiền. Có món đồ nào bạn đặc biệt ao ước muốn được sở hữu hay không? Hãy lên kế hoạch chi tiêu cho bản thân với những món đồ hay sự kiện mà bạn đánh giá là sẽ mang đến cảm xúc tích cực cho bản thân nếu bạn sở hữu hay tham dự.

Trong cuộc sống, chúng ta thường chi những khoản tiền nhỏ để mua đồ dùng lặt vặt không quá cần thiết.

Ví dụ, bạn thường lười mang theo chai đựng nước và nghĩ rằng việc ghé vào cửa hàng tiện lợi mua một chai nước suối mỗi khi khát là một cách vừa tiết kiệm vừa tiện lợi. Bởi vì giá của một chai

nước suối khá rẻ so với những loại nước khác.

Nhưng chính thói quen này sẽ khiến bạn lãng phí mà ngay cả bạn cũng không ngờ tới. Chúng ta thường không có nhiều sự gắn kết sâu đậm về mặt cảm xúc với những đồ dùng linh tinh, nên việc kìm chế bản thân hạn chế mua chúng không khiến bạn cảm thấy quá khó chịu hay bứt rứt.

Nhưng cứ mỗi lần bạn bỏ tiền ra mua một thứ nho nhỏ như vậy, bạn đã tiêu tốn một khoản tiền. Bạn hãy thử nhẩm tính khoản tiền đó nếu sau một tuần, một tháng, một năm sẽ là bao nhiêu?

Vì vậy, người ta có câu "Tích tiểu thành đại" - bạn tiết kiệm được nhiều khoản chi nhỏ, theo thời gian, bạn sẽ dành dụm được một khoản tiền kha khá mà dám cá là chính bạn cũng sẽ rất ngạc nhiên nếu đếm lại số tiền này.

Khi bạn cần mua một món đồ đắt tiền, hãy thu thập thông tin và tham vấn ý kiến từ những người xung quanh xem thứ đó có thực sự cần thiết và xứng đáng với số tiền mà bạn sẽ bỏ ra hay không. Những người mà bạn hỏi ý kiến có thể đồng ý hoặc không đồng ý với bạn, nhưng khi bạn hỏi và họ trả lời thì những ý kiến, quan điểm của họ sẽ được bạn ghi nhớ và sàng lọc để đưa ra quyết định cuối cùng.

Trong trường hợp bạn quyết định không mua, những ý kiến đó sẽ giúp bạn củng cố thêm niềm tin và không day dứt hay tiếc nuối. Chúng mang lại cho bạn cảm giác rằng bạn đã có một quyết định đúng đắn.

Nếu như bạn thực sự mua nó? Bạn sẽ hài lòng và biết quý trọng món hàng đó hơn - bạn có thêm tự tin và đảm bảo từ những ý kiến đồng tình của những người xung quanh.

Thông điệp bạn cần ghi nhớ là:

Bạn phải học cách Tiêu Tiền sao cho hợp lý và hữu ích với cuộc sống của mình, đây là cách tốt nhất để bạn rèn luyện tính tiết kiệm.

Trước khi tiêu tiền, hãy tham khảo ý kiến những người xung quanh để có góc nhìn đa chiều về ý định mua sắm của mình. Hãy tự đặt cho mình câu hỏi như: Nếu không mua món đồ này thì nó sẽ tác động đến cuộc sống mình như thế nào? Mình có thực sự cần sử dụng món đồ này hay cứ mua để đó, chờ một dịp phù hợp mang ra dùng? Khi một món đồ để trong thời gian quá dài có bị

quá hạn sử dụng hay không?...

2- Sống tiết kiệm, nhưng không nên tằn tiện đến "cực đoan", trừ khi bạn thực sự muốn

Bạn không nên sống tằn tiện đến mức cực đoan nếu như cách sống này không thể đáp ứng được những tiện nghi cơ bản trong cuộc sống của bạn và cả nhu cầu cảm xúc của bạn nữa.

Nếu bạn cố ép mình chọn lối sống "trùm sò" nhưng không cảm thấy vui vẻ hay hạnh phúc, bạn có thể tiết kiệm được vài đồng bạc lẻ nhưng chúng chẳng thấm vào đâu so với mất mát về mặt cảm xúc và tinh thần của bạn.

Những người sống tằn tiện như một "thú vui" thường do xuất phát từ nguyên nhân liên quan đến Tiền Bạc rất mạnh; đối với họ, dành dụm Tiền cho họ cảm giác thành công. Mỗi khi họ dành dụm được một đồng, tức là họ thêm một lần thành công theo đuổi lý tưởng sống. Vì vậy, lối sống tiết kiệm trong bối cảnh này như một tấm bằng khen hay huân chương, từ đó mang đến tự tin cho những người này về mặt Danh Tiếng - càng tiết kiệm được nhiều, họ càng tự tin, càng thấy mình thành công. Cảm xúc tích cực này đã hỗ trợ mạnh mẽ và thúc đẩy họ tiết kiệm, đồng thời xoa dịu và làm tiêu biến những cảm giác khó chịu khi họ không cho phép mình mua món đồ này, không ăn món ăn kia.

Chỉ khi bạn có thể chuyển hóa nỗi đau dè sẻn một cách cực đoan trở thành niềm vui thì đây mới là con đường lâu dài của bạn. Nó sẽ thực sự mang lại lợi ích cho bạn thay vì cảm giác đau khổ như với những người khác.

Vì sao đừng sống tằn tiện cực đoan nếu bạn không cảm thấy hạnh phúc?

Bạn đã bao giờ trải qua cảm giác nhịn ăn nhịn uống, kiêng khem đủ thứ chỉ để có một thân hình siêu mỏng trong mơ hay không? Rồi sau đó, bạn đau đớn phát hiện ra nếu không cẩn thận, bạn sẽ bất ngờ mua chiếc bánh hamburger yêu thích và ăn ngấu nghiến nó. Cho đến khi còn nửa cái, bạn sực tỉnh vì vốn dĩ bạn không được phép ăn!

Lặp đi lặp lại vòng luẩn quẩn này nhiều lần, tinh thần và cơ thể của bạn đều bị giày vò nghiêm trọng. Bạn sẽ mất đi sự tự tin (Tử Huyệt Danh Tiếng) và cũng vật lộn với việc trót mua rồi lại để dành, rồi lại trót mua... (Tử Huyệt Tiền Bạc). Vì vậy, các bác sĩ thường đưa ra những lời khuyên về sức khỏe, như chiều cao, cân

nặng, chủng tộc, vóc dáng mỗi người đều khác nhau. Bạn không thể ép một người dáng thước kẻ "biến" thành đồng hồ cát khi khung xương cơ thể bẩm sinh không cho phép.

Nhiều năm qua, tôi đã chia sẻ hai bí kíp này với hàng nghìn người. Chúng đã giúp họ nhận ra, mỗi người chỉ có thể học được thái độ sử dụng Tiền Bạc đúng đắn khi và chỉ khi ho biết cách sử dụng đồng tiền đúng đắn và tâm trạng họ thoải mái với những lựa chọn của mình.

Dù bạn đang giao tiếp với ai, họ chắc chắn sở hữu Tử Huyệt Tiền Bạc, nhưng độ mạnh hay yếu về mặt cảm xúc có thể giống hay khác bạn. Đây lại là lý do vì sao chúng ta phải khám phá và nhận định đúng nhân tố nào sẽ gây chú ý chủ đạo đối với đối phương khi bạn đang giao tiếp với họ. Nếu không, bạn vừa không biết tại sao mình bị người khác "dắt mũi" cảm xúc, vừa không thể khiến đối phương lắng nghe mình. Điều này dễ dẫn đến những tình huống gây hiểu lầm hoặc bối rối không đáng có.

Thôi Miên Cảm Xúc là một kỹ thuật khoa học, được dựa trên nền tảng về Tâm Lý Học của con người trong xã hội. Nó sẽ giúp bạn xua tan mọi nỗi lo âu, sợ hãi và lợi ích này sẽ được tôi phân tích, triển khai sâu hơn trong Chương 8.

Do vậy, điều tốt nhất bạn nên làm lúc này là ghi chú lại hai chia sẻ tích cực về tiền bạc mà tôi đã diễn giải ở trên:

1. Cách tốt nhất để bạn rèn luyện thói quen tiết kiệm chính là học cách tiêu tiền đúng đắn.

2. Sống tiết kiệm, nhưng không nên tằn tiện đến "cực đoan", trừ khi bạn thực sự muốn.

Chương 6

VẬN DỤNG TỬ HUYỆT TÌNH YÊU TRONG GIAO TIẾP, ỨNG XỬ HẰNG NGÀY

Quý ông James D., 32 tuổi, là một trong hai đối tác "50-50" của một nhà máy nhỏ. Tuy danh nghĩa là đóng góp một nửa nhưng thực tế, anh đã đóng góp cho nhà máy này nhiều hơn phần hùn hạp của mình - gần như toàn bộ tài sản của anh đều đổ vào nhà máy.

Nhưng những lúc phải ra quyết định quan trọng liên quan đến công việc chung thì cả James và đối tác ít khi đạt được sự đồng thuận. Mỗi khi bất đồng quan điểm, đối tác của James lại đe dọa rằng ông ta sẽ kết thúc việc hợp tác làm ăn. Nếu như chuyện đó xảy ra, James sẽ mất phần lớn tài sản của mình, nhà máy của họ lại hoạt động chưa được bao lâu và vẫn còn rất non trẻ. Nhiều lần James phải nhượng bộ người đối tác quá quắt vì nghĩ cho công việc chung.

Ngày nọ, James tìm được một người biết lắng nghe và cảm thông với những nỗi lo lắng, phiền muộn trong công việc của anh: Grace, một cô gái tóc vàng xinh đẹp 28 tuổi. Chưa đầy sáu tháng quen nhau, họ quyết định làm lễ đính hôn. Buổi tiệc do mẹ của Grace tổ chức.

"Chúng chưa cưới được đâu," mẹ của Grace tâm sự với một vài người bạn. "Tôi chưa biết cậu James này là người thế nào. Buổi lễ đính hôn sắp tới tuy không có mấy bóng hồng sáng giá xuất hiện, nhưng mà 'dò sông dò biển dễ dò, mấy ai lấy thước mà đo lòng người'. Tôi chưa tin cậu ta hoàn toàn đâu!"

Trong số những người khách được mời đến buổi tiệc, có Barbara - người chị họ "không được xinh đẹp" so với Grace.

Barbara độc thân nhưng không xinh đẹp, một cô nàng với nhan sắc "phổ thông". Bạn sẽ dễ dàng lướt qua cô ấy trên đường mà không có ấn tượng sâu sắc nào. Trong buổi lễ đính hôn, cô mặc một chiếc áo vest cùng màu với váy màu xanh biển, nếu không có chuỗi ngọc trai trắng trên cổ thì trang phục này không khác gì đồ công sở.

Barbara lớn hơn Grace ba tuổi nhưng nhờ mái tóc bum bê[10], trông cô trẻ hơn so với tuổi thật.

[10] Tóc bum bê là kiểu tóc ngắn đến ngang môi, ôm cụp vào gương mặt, mái ngang siêu "ngố tàu". Vì là kiểu tóc đặc trưng của các bé gái nên tóc bum bê giúp các nàng trông trẻ trung, ngây thơ hơn hẳn.

Trước buổi tiệc đính hôn, Grace và James tránh khỏi tầm mắt của đám đông tò mò để trao đổi thẳng thắn về quan điểm cá nhân, trước khi hai người họ đi đến một giai đoạn mới của mối quan hệ.

"Sau khi chúng ta kết hôn, đây sẽ là một mối quan hệ '50-50' trong mọi việc nhé. Anh đồng ý không, James?"

"Anh sẽ hỗ trợ em khi có thể, nhưng em biết đấy, đôi khi công việc tại nhà máy vô cùng bận rộn và anh không thể thường xuyên có mặt ở nhà."

James nghiêm túc với mối quan hệ này, do vậy, anh nghĩ mình nên thành thật với Grace. Điều hành một nhà máy, đôi khi anh sẽ phải vắng nhà và cô cần sắp xếp công việc hoặc thông báo với anh trước nếu cần được giúp đỡ. Anh không thể chạy ngay về nhà với cô để rửa bát cho bữa tối, trừ phi chuyện gia đình cực kỳ cần thiết và cấp bách.

"Mẹ em luôn nhấn mạnh về việc người đàn ông nên chia sẻ công việc với vợ mình, ngay cả việc nhà. Chúng ta không thể cưới nhau khi chồng em cứ liên tục vắng nhà như vậy. Anh thử nghĩ xem, nếu người ngoài nhìn vào, họ sẽ nghĩ em như thế nào chứ?"

Không khí bắt đầu căng thẳng khi hai người chia sẻ thẳng thắn về quan điểm của mình.

"Em muốn một mối quan hệ '50-50' James ạ!" Grace nhấn mạnh từng chữ. "Em hi sinh cho anh, thì anh cũng phải nhường nhịn em."

“Hai người không sao chứ?”

Nhận thấy thái độ của hai người họ đang chuyển biến theo hướng nghiêm trọng, Barbara cất tiếng.

“Uống ngụm nước cho hạ hỏa. Có gì từ từ nói với nhau.”

“Nếu là chị, chị sẽ như thế nào?” Grace đột nhiên hỏi.

“Chuyện gì cơ?”

Barbara kinh ngạc khi cô em họ đột nhiên hỏi mình.

“Em nghĩ trong hôn nhân, hai người phải ‘50-50’ ở mọi việc. Nếu chỉ một trong hai người nhường nhịn thì đó là mối quan hệ không công bằng.”

James bắt đầu cau mày, anh không muốn đột ngột lôi một người thứ ba xa lạ vào giữa câu chuyện của họ. Mặt khác, sau thời gian dài họ ở bên nhau, Grace hiểu rõ anh có ác cảm với cụm từ “50-50”. Nó khiến anh nhớ đến công việc của nhà máy, về chuyện anh bỏ tài sản đóng góp cho cơ ngơi này nhiều biết bao nhiêu so với người đối tác kia, nhưng anh phải nín nhịn vì muốn công ty không bị tan rã trước cặp mắt háu đói như kền kền săn mồi từ các doanh nghiệp khác.

“Điều này, có lẽ không tiện nói…”

Barbara khó xử. Đây là chuyện riêng tư giữa hai người họ. Bởi vì cô không muốn hai bên mất hòa khí trước khi diễn ra lễ đính hôn. Với một người độc thân như cô, ở lại đây lâu cũng khiến cô chạnh lòng và tủi thân. Cô hi vọng xong buổi lễ sẽ về nhà để nghỉ ngơi. Cô đã chạy thẳng từ cơ quan đến vì cô được báo tin rất vội - lúc sát giờ. Là họ hàng gần, cô thấy thật không phải phép nếu không có mặt, thế nên cô chỉ có thể mang vội chuỗi ngọc trai lên cổ để giúp bộ trang phục của mình trông đỡ hơn một chút.

“Cô cứ nói đi. Xem như đây là một cuộc trao đổi cởi mở của những người cùng trang lứa.” James đáp.

“Chị ấy lớn hơn em những ba tuổi, James ạ.”

Grace vừa cười vừa huých đầu vai của Barbara. Họ thường hay đùa với nhau, “Đàn ông càng lớn tuổi càng cao giá, phụ nữ càng lớn tuổi càng rớt giá.”

“Chị là người làm công ăn lương bình thường, và nếu không có gì thay đổi, chị vẫn thích công việc hiện tại của mình. Sau khi đi làm về, chị ở nhà làm việc nhà nếu có gia đình. Không phải bởi vì chị phải làm, mà bởi vì chị thích làm công việc nhà, nấu ăn, chăm sóc nhà cửa và lo cho gia đình. Chồng chị có thể có nhiều thời gian hơn để giải quyết những việc mà bên anh ấy cần. Miễn là đừng để ảnh hưởng tới sức khỏe. Chị đã chứng kiến cấp trên của chị phải nhập viện vì ăn uống không đúng giờ giấc và làm việc xuyên đêm trong một thời gian dài. Cuồng công việc cũng nên có giới hạn, em ạ.”

Grace gật gù. Khác biệt với một người độc lập và quyết đoán như cô, Barbara là người an phận hơn nhiều.

“Như vậy thì chị sẽ cực lắm! Việc nhà là việc không tên mà chị. Nó cũng vất vả ngang ngửa với công việc tại công ty của chúng ta ấy.”

“Chị sẽ yêu cầu bạn đời trợ giúp khi thực sự cần, chúng ta đâu phải siêu nhân toàn năng, anh ấy cũng vậy. Hơn nữa, ngoài xã hội, anh ấy cũng phải đối diện với nhiều áp lực lắm rồi. Chị không thể giúp đỡ anh ấy ngoài xã hội, thì khi ở nhà, chị không muốn chồng chị bị thiệt thòi hay phải trải qua cảm giác bị người khác ‘ăn hiếp’ nữa.”

Barbara hài hước chia sẻ, ánh mắt cô lấp lánh khi nghĩ về cuộc sống tương lai mà cô sẽ cần mẫn vun vén cho gia đình. Cô biết mình không thông minh, không đủ tài giỏi và tháo vát, nên cô chọn một công việc bình thường. Để cô có thể biến điều bình thường đó thành ưu điểm khi có thời gian chăm sóc những người thân yêu.

James mím môi, anh nhướn mày và chăm chú lắng nghe. Trong vô thức, anh không nhận ra là mình đã nhiều lần gật đầu tán đồng với chia sẻ của cô.

Mỗi người đàn ông đều nỗ lực trở thành trụ cột của gia đình, họ không muốn người thân của mình bị thiếu thốn, bị thiệt thòi so với bất kỳ ai ngoài xã hội. Nhưng ngược lại, những lúc chịu ấm ức, bị bắt nạt, họ cũng muốn được “cưng chiều”.

“Vậy nên, anh nghĩ cả hai chúng ta cần nghiêm túc suy nghĩ.” James đột nhiên cất tiếng.

“Em đồng ý, có lẽ chúng ta đã quá vội vã để đi đến bước tiếp theo. Sắp tới em còn một dự án cần phải hoàn tất, và nếu thành công, nó sẽ là một bước ngoặt trong sự nghiệp.”

Cả Grace và James, sau cuộc trò chuyện với Barbara, đều suy nghĩ về bản thân, về dự định tương lai của họ. Một mối quan hệ có thể đồng thuận và đi đến bước tiếp theo khi cả hai sắp xếp được cuộc sống của mình.

Nếu cả hai người chưa sẵn sàng, họ cùng phải xem xét trong vô số những mục tiêu cuộc đời, điều nào được ưu tiên hơn? Và liệu rằng người mà họ lựa chọn có sẵn sàng đi tiếp với nhau được hay không? Không ai trong số họ sai cả, vấn đề là họ có tìm đúng người để nhượng bộ về quan điểm, lối sống và mục tiêu mà bản thân đã đặt ra hay không.

Buổi tối hôm sau, hai người gặp riêng, chia sẻ thẳng thắn về nỗi băn khoăn và những dự định tương lai mà lúc hẹn hò chưa nói rõ với đối phương.

Họ quyết định dừng lại, vì thật ra mối quan tâm hàng đầu của cả hai là sự nghiệp. Grace chưa sẵn sàng để làm vợ, làm mẹ, làm nội tướng sau lưng chồng. Với tính cách mạnh mẽ, cô thực sự muốn đạt được thành tựu trong cuộc sống và có một địa vị xã hội nhất định.

“Nếu anh cần một người vợ đảm, em nghĩ chị Barbara có thể là người mà anh tìm kiếm.”

Grace cho thêm một viên đường vào tách cà phê trước mặt, khuấy khuấy cho nó tan. Khi họ đồng thuận dừng lại, ở cương vị là bạn bè, Grace cảm thấy tâm trạng thoải mái hơn rất nhiều. James đưa ra cho cô những lời khuyên hữu ích trong sự nghiệp, như một người đàn anh, một đối tác đáng tin cậy.

“Anh không ngờ có ngày lại nghe được gợi ý này từ em.” James lắc đầu cười.

“Phù sa không chảy ruộng ngoài, em là người kinh doanh, em biết ai là người đáng tin cậy.” Grace nháy mắt. “Nhân tiện, Barbara còn độc thân, anh mà không nhanh tay thì tiếc ngẩn ngơ nhé! Em không giúp anh đâu.”

“Anh cũng nghĩ vậy.”

Tối hôm đó, tuy đường đột, nhưng đích thân James đã gọi điện thoại cho Barbara để hẹn hò.

Sau một tháng tìm hiểu nhau, hai người họ kết hôn. Cũng sau một tháng kể từ lễ cưới, James nhận được sự cổ vũ từ vợ để mạnh dạn

ra quyết định lớn nhất trong đời, anh chủ động yêu cầu người đối tác làm ăn của mình hủy bỏ vụ hợp tác "50-50". May mắn là người nội tướng của anh trước đó đã chơi thân với vợ của đối tác, cô khéo léo và kín đáo nhờ bạn mình "rủ rỉ rù rì" với chồng, và ông ta đã đồng ý bán lại cổ phần cho anh.

Mọi điều tốt đẹp bắt đầu từ cảm xúc Tình Yêu!

Khi trò chuyện cùng Grace và James, khi đơn thuần chia sẻ quan điểm của mình về bạn đời và hôn nhân, những câu nói của Barbara vô tình chạm đúng vào Tử Huyệt Cảm Xúc của James - những Tử Huyệt Cảm Xúc về Danh Tiếng (người chủ gia đình), Tử Huyệt Bản Thân (không để chồng thiệt thòi hay chịu cực khổ, chăm lo cho đời sống gia đình), Tử Huyệt Tiền Bạc (sẵn sàng chia sẻ mối lo về tài chính của chồng trong kinh doanh).

Đó là lý do vì sao trong vô thức, James gật gù và lắng nghe từng lời của Barbara.

Ngay cả với Grace, cô cũng nhận ra bản thân còn rất nhiều dự định cho sự nghiệp và địa vị xã hội (Tử Huyệt Danh Tiếng, Tử Huyệt Tiền Bạc), cô cần một người chiều chuộng và nhượng bộ cô hơn (Tử Huyệt Bản Thân).

Những gì diễn ra cho thấy trái tim của Grace và James vẫn đang chờ đợi một nửa Thực Sự có thể hiểu và đáp ứng những tiêu chuẩn của họ!

Tạo được ấn tượng ban đầu là một chuyện, như việc Barbara vô tình sử dụng Phương Pháp Thôi Miên cảm xúc mà bản thân cô không nhận ra. Nhưng việc gìn giữ được mối quan hệ, hay cô thực sự sống đúng như những gì cô từng nói hay không, là ở cách Barbara sống, sinh hoạt và đối nhân xử thế.

Bởi vì, "Giấy không thể gói được lửa."

Sự hấp dẫn Giới Tính và Khao Khát kết hôn

Mọi cô gái dù có lợi thế về ngoại hình hay không, đều có thể tìm được một tấm chồng ưng ý nếu biết và lựa chọn Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc phù hợp với đối tượng tiềm năng.

Một khuôn mặt xinh đẹp, một thân hình quyến rũ, tuổi tác hay tình trạng tài chính, không phải là yếu tố quyết định tất cả. Con người từ sâu thẳm luôn khao khát tìm được người "tri âm, tri kỷ". Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc thực chất là sự tìm hiểu và

khám phá Tâm Lý của bản thân và đối phương, bạn sẽ phát huy được ưu điểm sẵn có và điều chỉnh những khuyết điểm của bản thân sao cho hai bên đạt được sự hòa hợp tốt nhất trên mọi phương diện trong cuộc sống.

Tương tự, nếu bạn là nam giới, bạn không cần tự ti về ngoại hình hay tính cách hướng nội của bản thân. Bạn hoàn toàn có thể tìm được người phụ nữ của đời mình, kết hôn và sống hạnh phúc bên nhau trọn đời.

Sẽ không còn tình trạng "Đàn ông Sao Hỏa, đàn bà Sao Kim" nữa. Người phụ nữ của bạn sẽ nhận ra bạn nhạy cảm, tinh tế, tôn trọng cảm xúc, lắng nghe và thấu hiểu cô ấy biết nhường nào. Đây là lợi thế mà chỉ những người hiểu và vận dụng đúng đắn Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc có thể sở hữu.

Tình Yêu là một trong những loại cảm xúc có thể tác động mãnh liệt và nổi bật trong vô vàn những cung bậc cảm xúc mà chúng ta sở hữu. Nó sẽ trở thành động lực để chúng ta phấn đấu và cầu tiến, hoặc trở thành yếu tố khiến chúng ta luẩn quẩn với những cảm xúc tiêu cực, vùi mình trong nỗi đau và ngày càng đi lùi.

Điều thú vị của Tình Yêu là ở sự cảm tính của nó. Bạn có thể đong đếm được Tiền Bạc (thông qua đơn vị tiền tệ, hiện vật, bất động sản, v.v...) nhưng đối với Tình Yêu lại khác. Cách thức mà bạn tác động đến Tình Yêu sẽ cần sự khéo léo và tinh tế vô cùng. Vì vậy, Tình Yêu là một trong Bộ Tứ Quyền Lực trong Tử Huyệt Cảm Xúc của con người.

Giống như những Tử Huyệt còn lại, Tử Huyệt Tình Yêu là loại cảm xúc luôn đồng hành cùng con người từ khi sinh ra, trưởng thành, tới khi bước ra xã hội. Nó mang đến cho con người hạnh phúc lẫn đau khổ, từ những mơ mộng, bay bổng cho đến mâu thuẫn, bi quan.

Tử Huyệt Tình Yêu tồn tại với một số dạng cảm xúc sau:

1- Sự hấp dẫn Giới Tính và Khao khát kết hôn;

2- Lời hứa hẹn về Tương Lai;

3- Trải Nghiệm Mới.

Sự thỏa mãn về thể xác hay tình dục là thuộc phạm trù Bản Thân, còn sự hấp dẫn và khao khát giới tính mới thuộc về Tử Huyệt Tình Yêu.

Những nỗi lo sợ hoặc thiếu thốn về Tình Yêu tác động mạnh mẽ không kém gì những khao khát và ước mơ về Tình Yêu. Chúng đều là những nhân tố kỳ diệu đủ sức khiến tâm trí bất kỳ ai bị nhiễu loạn và không thể tập trung vào bất cứ việc gì. Cũng như các Tử Huyệt Cảm Xúc khác, Tử Huyệt Tình Yêu có hai mặt tích cực lẫn tiêu cực, và những tác động này đều hiện diện trong cuộc sống hằng ngày của chúng ta.

Bạn hãy thử lấy một tờ báo bất kỳ và mở trang thứ 3, lướt qua hết những tít báo nổi bật trên đó. Tôi sẽ ví dụ cho bạn một trường hợp thông thường nhất.

Một bài viết dài suốt bốn cột, với tiêu đề: "TỔNG THỐNG ĐÃ THÔNG QUA GÓI TÀI TRỢ MỚI!"

Một bài viết khác, dài hai cột, có tiêu đề: "HAI CUỘC DIỄU HÀNH SẼ DIỄN RA VÀO CHỦ NHẬT NÀY."

Một bài viết nội dung trong một cột, có tựa: "CHIẾN BINH QUẢ CẢM - Một chiến binh dũng mãnh đã ĐẤU TRANH giành lấy Sự Sống THÀNH CÔNG!"

Một mẩu tin nửa cột ghi: "BIỂU TÌNH LAN RỘNG."

Một mẩu tin nhỏ hơn nữa, dài chừng 5cm có tiêu đề: "THIẾU NỮ KHỎA THÂN TÓC HUNG ĐỎ VẪN CÒN SỐNG!"

Bạn đoán xem, bài viết nào sẽ khiến cho độc giả chú ý đầu tiên và nhớ nhất?

Chính xác!

Đó là câu chuyện về "Thiếu nữ khỏa thân tóc hung đỏ". Tiêu đề này Thôi Miên Cảm Xúc của chúng ta mạnh hơn tất cả những câu chuyện nghiêm túc và mang tầm vóc quốc gia kia, cả nam và nữ đều bị "hút" mắt vào nó!

Viết được một tiêu đề hấp dẫn cũng giống như bí quyết để bạn thành công trong cuộc sống: Độc giả hay khán giả sẽ phớt lờ và quên lãng nếu như bạn không cho họ một Cảm Xúc đủ MẠNH để ghi nhớ về bạn hay nội dung bạn muốn trình bày!

Tiếp tục với tờ báo tôi ví dụ, hãy thử tưởng tượng khi bạn lật đến các trang hình ảnh. Đôi mắt bạn lướt qua các ô hình, nhưng rồi bạn sẽ dừng lại lâu hơn ở bức hình nào?

Một bức ảnh quyến rũ gồm hai thiếu nữ ngồi bắt tréo chân và chiếc váy siêu ngắn khoe cặp chân dài miên man, nuột nà!

Nếu bức hình hai cô nàng nóng bỏng này nằm trên cùng một trang báo với một tấm hình khác, nội dung là cô gái tóc vàng gợn sóng, khoe dáng "đốt mắt" trong bộ đồ bơi cực kỳ "kiệm vải"!

Rõ ràng là hình ảnh của cô gái tóc vàng "bốc lửa" hơn hẳn.

Những bức ảnh mà tôi ví dụ, tại sao chúng thành công thu hút được ánh mắt bạn? Vì chúng chạm vào Tử Huyệt Tình Yêu của bạn. Chính xác hơn, bạn bị quyến rũ bởi lời hứa hẹn trong đó, chứ không hẳn là một sự thỏa mãn đơn thuần!

Tại sao gọi là lời hứa hẹn?

Những hình ảnh đẹp thường được sử dụng để minh họa cho sản phẩm, dịch vụ, vì nó dễ khiến người xem liên tưởng đến những điều tốt đẹp. Ví như, hình ảnh các cô đào gợi cảm "thiêu đốt ánh nhìn" đứng bên cạnh những chiếc xe sang trọng sẽ khiến bạn liên tưởng đến một tương lai nào đó: Bạn nghĩ, sau khi mặc bộ trang phục được quảng cáo, mình sẽ trở nên xinh đẹp và quyến rũ hơn. Bạn nghĩ, sử dụng dịch vụ chăm sóc sắc đẹp xong, mình sẽ có một làn da "trắng sứ". Hay thậm chí, sau khi mua một chiếc ô tô xịn, sẽ có một cô em "nóng bỏng" ngồi bên cạnh bạn!

Giả sử bạn làm quản lý trong một công ty.

Sếp của bạn đang hướng dẫn cách sử dụng một chiếc máy khá phức tạp trong văn phòng. Bạn phải sử dụng nó thành thạo để hướng dẫn lại cho các nhân viên dưới quyền. Bạn hiểu rõ là sếp không có thời gian chỉ dẫn nhiều lần, nên cố gắng tập trung cao độ để nghe từng lời từng chữ.

Mọi chuyện vẫn êm đẹp, bạn đã gần thành thục thao tác vận hành, cho đến khi nhìn thấy cô nàng tiếp tân Tessie đi ngang qua.

Trong khi giọng nói của sếp vang vang bên tai, mắt của bạn lại không nghe theo "lý trí". Tessie cười với bạn, cặp môi đỏ mọng và đôi mắt kẻ đuôi mắt mèo mang vẻ đẹp quyến rũ vừa cổ điển vừa hiện đại.

Lúc này đây, bạn bị phân tâm và lời lẽ mà sếp nói như một chuỗi âm thanh vọng từ nơi xa lắm.

Điều này có thể xảy ra với cả nam giới và nữ giới. Bạn khó lòng tập

trung hay phớt lờ sự hấp dẫn về giới tính. Trừ khi có một yếu tố nào khác có khả năng chi phối cảm xúc của bạn trong tình huống đó, mạnh mẽ hơn nhân tố Thôi Miên Cảm Xúc là cô nàng Tessie kia.

Nếu nắm bắt được điều này, nữ đạo chích chân dài được ví von như Cat Woman hẳn đã không bị bắt.

Trong các phi vụ trộm cắp của mình, cô ta luôn mặc trang phục gợi cảm với phần cổ áo xẻ sâu, khoe bộ ngực đầy đến "ngạt thở". Cô ta đóng giả làm một khách hàng đến nhiều cửa hiệu nữ trang hoặc kim hoàn ở những thành phố khác nhau. Kịch bản trộm cắp lặp đi lặp lại ở mọi cửa hàng mà cô ta đặt chân đến.

Cô ta thường ăn diện rất thời trang mỗi khi thực hiện một phi vụ. Khi bước chân vào cửa hiệu nữ trang, cô tới khu vực bán nhẫn kim cương. Mục tiêu là nam nhân viên bán hàng, cô ta sẽ mỉm cười duyên dáng, cởi áo khoác ra. Cô ta cúi người xuống để ngắm nghía kiểu dáng của những chiếc nhẫn được trưng bày trong tủ kính. Hành động cúi người "vô ý" của cô ta sẽ khiến người nam nhân viên bán hàng bị thu hút về giới tính, chú ý đến vòng một lấp ló sau phần cổ "trễ nãi".

Lợi dụng lúc người bán hàng bị mất tập trung, nữ đạo chích sẽ yêu cầu được xem một trong những khay nhẫn kim cương cỡ lớn. Khi chắc chắn rằng tay bán hàng đang mải mê ngắm bộ ngực của mình, cô ta liền giấu chiếc nhẫn kim cương thật trong lòng bàn tay và tỉnh bơ bỏ vào khay một chiếc nhẫn giả có vẻ ngoài tương tự - mọi thứ diễn ra nhanh như cắt.

Để vở kịch được trọn vẹn, cô ta gửi lại chiếc khay và hứa hẹn sẽ quay trở lại vào ngày hôm sau "... với chồng tôi." Cô ta cảm ơn người bán hàng đã nhiệt tình phục vụ và rời đi. Thực chất, cô ta lặn mất tăm cùng với chiếc nhẫn kim cương thật. Ở hầu hết các cửa hàng trang sức, nữ trang trên cùng một khay trưng bày sẽ có hình dáng hoặc thiết kế tương đối giống nhau, nên thường phải vài tuần trôi qua người ta mới phát hiện ra mình bị mất trộm.

Gần một năm trời, nữ đạo chích đã thực hiện trót lọt nhiều phi vụ. Với chiếc áo thời trang hờ hững làm đồng phạm, cô ta đã trộm được số nhẫn kim cương với tổng trị giá hơn 50.000 đô la trước khi bị bắt tại trận.

Vào ngày "định mệnh" đó, cô ta bước chân vào một cửa hàng nữ trang để thực hiện màn kịch trộm nhẫn như mọi khi. Lần này,

người bán hàng là một cụ ông 72 tuổi, cũng là chủ cửa hàng. Với bộ dạng có vẻ đau khổ, ông ta đứng chống nạnh trong lúc đợi cô lựa nữ trang.

Khi cô ả cúi người xuống để phân tán sự chú ý của ông và thực hiện hành vi trộm cắp, ông ta đã phát hiện ra hành vi tráo nhẫn. Ông ngay lập tức nhấn chuông báo động và cảnh sát kịp thời có mặt để tóm gọn.

Thực ra vụ trộm đã có thể thành công, vì trước khi ra tay cô ta đã nghe ngóng được ông lão này nổi tiếng là kẻ chuyên tán tỉnh phụ nữ. Lúc bình thường, ông ta chắc chắn sẽ không rời mắt khỏi đôi gò bồng đảo và tạo cơ hội cho cô ta trộm nhẫn suôn sẻ. Nhưng hôm đó là một ngày xúi quẩy cho kẻ đạo chích: ông chủ cửa hàng bị đau lưng đột xuất; nên thay vì cúi người theo dõi khách hàng lựa trang sức và bị hấp dẫn, ông ta buộc phải đứng thẳng và chống nạnh cho bớt đau.

Cơn đau của Bản Thân ông ta mang cảm xúc mãnh liệt hơn khao khát giới tính. Ông ta không bị phân tâm và nhìn thấy ngay hành động tráo nhẫn của nữ đạo chích.

Nếu như cô chọn một ngày khác, khi người bán hàng đang trong tình trạng sức khỏe và tinh thần phấn chấn hơn, cô ta ắt hẳn đã có thể có thêm một nạn nhân trong bảng thành tích trộm nhẫn của mình!

Tình Yêu là một Tử Huyệt Cảm Xúc mà chúng ta vừa mong muốn lại vừa e ngại. Bởi vì nó thuần về cảm xúc và bản năng nên cùng với việc chúng ta có thể sử dụng với người khác thì người khác cũng có thể áp dụng nó với chúng ta!

Trong các ví dụ trước, sức hấp dẫn giới tính được tôi chia sẻ là vận dụng thành công trên đối tượng nam giới.

Còn với phụ nữ thì sẽ như thế nào?

Hoàn toàn được.

Đã gọi là sức hấp dẫn giới tính, thì phụ nữ cũng có thể bị quyến rũ hoặc chi phối như đàn ông!

Tuy nhiên, đa số các trường hợp, sự hấp dẫn giới tính thường không phải là Tử Huyệt chủ đạo của đối phương. Nó có thể gây tác động nhất thời và ngắn hạn với nhiều người trong chúng ta, nhưng không phải tất cả mọi người đều sẽ bị hấp dẫn về giới tính

đến mức mê muội.

Bạn phải lưu ý đến những khác biệt mang tính cá nhân của đối tượng mà bạn đang giao tiếp.

Bạn sẽ khám phá ra vô số phản ứng khác nhau của mọi người mỗi khi bạn trò chuyện về chủ đề Tình Yêu với họ. Mỗi người sẽ có một cảm nhận và cách tiếp cận khác nhau đối với đề tài liên quan tới giới tính.

Đối với một số người, sự hấp dẫn giới tính cũng chỉ là một dạng khác của sự thỏa mãn về Bản Thân. Với một số người khác, nó là sự thỏa mãn về mặt Danh Tiếng, khi sắc đẹp, ngoại hình và sự duyên dáng của họ được nhiều người công nhận và bị thu hút. Nhiều người thậm chí còn cho rằng "mỹ nhân kế" là một thủ thuật hiệu quả để giải quyết các tranh chấp liên quan đến công việc, tiền bạc và lợi nhuận. Và rất nhiều người cho rằng sự hấp dẫn giới tính là khởi đầu cho những mối quan hệ lãng mạn và hôn nhân.

Trong cuộc sống thường ngày, chúng ta có quá nhiều mối lo toan và trách nhiệm khác nhau khiến cho Tử Huyệt Tình Yêu thường bị kìm nén và ngủ yên. Người ta thường hay quan niệm, khi làm việc phải nghiêm túc và lý trí, nên những quyết định mang tính cảm xúc sẽ bị loại bỏ đầu tiên để đảm bảo độ chuyên nghiệp.

Tình Yêu là một nhân tố xâm nhập tâm trí con người, nó có thể bẻ gãy mọi lập luận và lý trí. Một khi được vận dụng khéo léo, Tử Huyệt Tình Yêu sẽ đủ sức đánh bại những Tử Huyệt khác và xui khiến mọi việc theo cách của nó.

Như câu nói:

"*Thương nhau củ ấu cũng tròn,*

Ghét nhau trái bồ hòn cũng méo."

Tôi sẽ kể cho bạn nghe câu chuyện về khu dân cư đông đúc nọ, có một cửa hiệu chụp ảnh khá nổi tiếng. Vào mỗi buổi trưa, rất nhiều khách hàng là những cô gái trẻ thường đến hỏi giá và tham khảo các tấm ảnh mẫu.

Cuộc cạnh tranh giữa các hiệu ảnh khá gay gắt khiến cho giá dịch vụ trở thành một yếu tố "nhạy cảm".

Quy mô của hiệu ảnh này tương đối khiêm tốn nên không thể

cạnh tranh bằng cách giảm giá. Vì vậy, ông chủ tiệm đã nghĩ ra đối sách phù hợp, chính là vận dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc để mang đến lợi thế cạnh tranh cho tiệm của mình.

Ông chủ tiệm đã tinh tế nhận thấy hầu hết các cô gái đến hiệu ảnh để so sánh giá đều đang độc thân!

Ông quan sát ngón tay đeo nhẫn của họ.

Chẳng ai có nhẫn!

Ông khám phá ra một nhu cầu cảm xúc triển vọng từ các khách hàng tiềm năng của mình!

Do đó, ông nhanh chóng vận dụng ngay điều đặc biệt mà mình vừa khám phá ra để khiến các khách hàng phải sử dụng dịch vụ.

Mỗi khi các cô nàng độc thân kéo đến cửa hiệu, câu đầu tiên họ hỏi luôn là:

"Ở đây chụp một tấm ảnh chân dung mất bao nhiêu tiền?"

Ông chủ tiệm không trả lời ngay. Thay vào đó, ông nở một nụ cười với khách hàng, tiến về phía cái bàn nhỏ. Ông mở ngăn kéo đầu tiên và hỏi:

"Các cô có biết lý do vì sao chúng tôi được gọi là 'những nhiếp ảnh gia may mắn' không?"

Trong lúc các khách hàng nữ bối rối vì câu hỏi, ông lấy ra một bộ ảnh cưới. Ông vừa nói vừa giở các trang ảnh cưới mẫu:

"Những cô gái này đã đến chỗ chúng tôi chụp ảnh chân dung. Chưa đầy một năm sau, họ đã có một đám cưới lộng lẫy và hạnh phúc như thế này."

Nghe thế, các nữ khách hàng trở thành khách quen của hiệu ảnh từ đó đến nay!

Trong câu chuyện này, Tử Huyệt Tình Yêu của các cô gái - cụ thể chính là khao khát được kết hôn - đã được tác động đúng, nó trỗi dậy mạnh mẽ hơn với Tiền Bạc (giá dịch vụ chụp ảnh) hoặc Danh Tiếng (mong muốn có một tấm ảnh đẹp và ưng ý). Chính sự hứa hẹn Tương lai trong lời nói của người chủ hiệu ảnh đã làm bùng cháy Tử Huyệt Tình Yêu của họ.

Trước khi quyết định tác động vào Tử Huyệt Tình Yêu của đối

phương, đừng bỏ qua bất kỳ biểu hiện nào, dù là nhỏ nhất, để bạn xác định được chính xác những lý do chủ đạo nào sẽ thôi thúc họ hành động.

Nhiều cô nàng độc thân đến độ tuổi lý tưởng để kết hôn thường rất muốn lấy chồng. Và những cô nàng đó luôn khiến tôi nhớ về một kỷ niệm cách đây vài năm.

Ngày Chủ nhật một mùa hè nọ, tôi được mời diễn thuyết trong một buổi hội thảo được tổ chức tại một khách sạn vào lúc 3 giờ chiều. Bài diễn thuyết của tôi có tựa đề:

"Thôi Miên Cảm Xúc - Chìa khóa của Hạnh Phúc."

Ba ngày trước khi hội thảo diễn ra, nhà tổ chức gọi điện để yêu cầu tôi đổi nhan đề.

"Thưa diễn giả, 80% người tham dự của chúng ta là những người chỉ đến hóng chuyện cho vui thôi. Đó là những chị em độc thân đến nghỉ mát ở khách sạn trong hai tuần chỉ để tìm kiếm bạn đời. Nếu nội dung của anh bao gồm những điều họ muốn nghe, chúng ta có thể mở rộng quy mô của buổi hội thảo và số lượng khách mời có thể tăng gấp đôi đấy!"

Khi tôi hỏi ông ta muốn đổi tựa như thế nào, câu trả lời của ông ta khiến tôi cười mãn nguyện. Quả thật, khả năng Thôi Miên Cảm Xúc và thu hút đám đông của nó mạnh hơn hẳn tựa đề gốc. Tôi cảm ơn nhà tổ chức và thiết kế lại phần thuyết trình để Chủ Đề phù hợp với cảm xúc của đối tượng Khán Giả.

Đó là một ngày Chủ nhật đẹp trời, bầu trời trong xanh không một gợn mây.

Tôi có mặt tại khách sạn vào buổi ăn nhẹ giữa giờ. Không chỉ những vị khách có vé mời đến với tâm trạng háo hức, mà khán phòng còn có sự xuất hiện của gần 300 người nữa từ các khách sạn lân cận đến tham dự!

Đến 2 giờ 45 phút, quản lý khách sạn quyết định chuyển địa điểm qua khu vực Sảnh Tiệc ngoài trời vì số lượng người tham dự đã vượt quá mức dự kiến.

Các khán giả được yêu cầu tập trung ở lối đi bộ bên cạnh hồ bơi để nhân viên khách sạn cung cấp ghế ngồi. Tuy nhiên, như thế vẫn không đủ đáp ứng số lượng người tham dự đang tiếp tục gia tăng, nhiều người chấp nhận đứng trên bãi cỏ để theo dõi. Nhà tổ chức

và nhân viên khách sạn cần thêm thời gian cho việc xác nhận lại địa điểm diễn ra hội thảo.

Đến 3 giờ 35 phút, đã có khoảng 1.300 khán giả đến tham dự, trong đó khoảng 1.100 người là phụ nữ độc thân. Họ ngồi hoặc đứng cạnh hồ bơi để nghe diễn giả trình bày về một chủ đề hấp dẫn mà tất cả đều háo hức.

Tựa đề mới của bài thuyết trình được công khai trên báo và brochure[11] của khách sạn, cũng như trên bản tin và ấn phẩm của các tờ báo địa phương. Nó không chỉ giúp tăng gấp đôi số người tham dự, mà là gấp bốn lần!

[11] Một dạng ấn phẩm quảng cáo.

Tựa đề đó là gì?

Đó là: "Bí Quyết sử dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc để có được Một Đức Lang Quân Như Ý!"

Tựa đề trên đã đánh động mạnh mẽ vào Tử Huyệt Tình Yêu của phụ nữ độc thân, vì đó chính xác là điều họ muốn, thế là họ "rồng rắn" kéo đến và hồi hộp lắng nghe.

Họ gác lại những thú vui hấp dẫn khác của Bản Thân như vui chơi, đánh tennis, chơi golf, tắm nắng, bơi lội để đến đây tìm câu trả lời cho khát khao cháy bỏng của mình!

Các khán giả không chỉ ngồi nghe. Hơn nửa trong số họ còn mang theo giấy bút để ghi chép!

Phần thuyết trình của tôi đã giúp họ nhận ra, bất kỳ người phụ nữ nào cũng có thể tìm thấy tình yêu và hạnh phúc nếu biết cách sử dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc để nổi bật những ưu điểm của bản thân và khiến cho đối tượng tiềm năng của mình say mê như "điếu đổ"!

Để làm được việc đó, điều đầu tiên mà một cô gái cần là gì?

Cô ấy phải xác định được Tử Huyệt Cảm Xúc của người đàn ông mình thích - điều gì đang là mối quan tâm hàng đầu của anh ta trong cuộc sống? Khi đó, anh ta sẽ lắng nghe bạn.

Bạn phải tìm hiểu xem đối tượng của mình là một Người Vị Kỷ hay anh ta quan tâm đến Tiền Bạc? Tình Yêu? Hay Danh Tiếng?

Trong quá trình giao tiếp và tương tác với cô gái, anh ta sẽ để lộ những lời nói, từ ngữ, cử chỉ, hành động vô tình tiết lộ cho bạn biết điều mà anh ta luôn quan tâm, thường là lặp đi lặp lại nó.

Như tôi đã chia sẻ ở phần trước, một người phụ nữ có thể gây ấn tượng và thu hút nam giới không chỉ giới hạn ở yếu tố ngoại hình, sắc đẹp hay mức độ giàu có của nhà cô ấy. Giao tiếp là quá trình diễn ra giữa một người với một người, vì vậy khả năng tạo ấn tượng tốt với bạn đời sẽ phụ thuộc vào khả năng bạn có nhận ra và tiếp xúc được với Tử Huyệt Cảm Xúc của người đàn ông hay không.

Thậm chí cách cô ấy nói câu "Chúc ngủ ngon!" cũng có thể tạo nên một bước ngoặt vĩ đại và ghi "bàn thắng vàng" trong mối quan hệ!

Giả sử bạn là một cô nàng ở độ tuổi lý tưởng để kết hôn. Đã từ lâu, bạn mơ ước được hẹn hò với anh chàng tên B. Cuối cùng, bạn cũng có một cuộc gặp gỡ như ý với cậu ta.

Sau khi hai người ăn tối cùng nhau, B. lái xe đưa bạn về nhà.

"Cảm ơn anh vì bữa tối. Em rất vui khi được ăn tối cùng anh."

"Anh cũng vậy. Chúc em ngủ ngon!"

"Chúc anh ngủ ngon!" Bạn trả lời.

Và thế là xong.

Bạn vào nhà, còn anh ta ra về.

Bạn thực sự muốn mối quan hệ giữa hai người chỉ tồn tại mơ hồ như buổi hẹn hò hay sao?

Bạn hoàn toàn có thể làm tốt hơn thế!

Bạn sẽ có một Tình Yêu như mong muốn nếu chú ý tới từng chi tiết nhỏ nhặt trong cuộc sống khiến đối phương bận tâm. Sau đó khéo léo vận dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc. Ví dụ như:

Khi B. đưa bạn về nhà, đừng nói:

"Cảm ơn anh vì bữa tối tuyệt vời."

Đây là một câu nói có tính chất kết thúc một cuộc trò chuyện. Bạn có thể tạo ra một Trải Nghiệm Mới mãnh liệt hơn cho cảm xúc của hai bên.

Hãy nói:

“Những cô gái khác có được thưởng thức một buổi tối tuyệt vời như vừa rồi khi họ đi bên anh không?”

Rồi bạn sẽ thấy anh ấy nở nụ cười, một chút đỏ mặt và bắt đầu lắp bắp. Khoảnh khắc ấy thú vị đến nỗi bạn có thể đếm từng giây trôi qua, cho đến khi anh chàng nghĩ ra câu trả lời để đáp lại bạn.

Câu hỏi của bạn đã đánh động Tử Huyệt Danh Tiếng của chàng trai, điều này sẽ mang đến ưu thế cho bạn để phát triển mối quan hệ. Nó sẽ không khiến cho mọi việc kết thúc như câu: “Cảm ơn!”

Với câu hỏi trên, bạn đã thành công khiến cảm xúc từ nhẹ nhàng trở nên mãnh liệt!

Bạn đã đánh động được cảm xúc của anh chàng, nhờ nói một điều khiến cho con tim anh ấy chộn rộn.

Anh ta bắt đầu cởi mở với bạn hơn.

Và khi đó, câu nói “Chúc em ngủ ngon!” của anh ấy sẽ không có nghĩa là “Tạm biệt!” nữa.

“Những cô gái khác có được thưởng thức một buổi tối tuyệt vời như vừa rồi khi họ đi bên anh không?”

Câu hỏi Thôi Miên Cảm Xúc mà tôi chia sẻ đã được một học viên cũ của tôi vận dụng, cô ấy là một quý cô độc thân 36 tuổi. Cô đã áp dụng câu hỏi với người đàn ông mình thích vào thời điểm thích hợp.

Đó là lần đầu tiên cô chạm được vào trái tim của anh, và là bước đầu tiên giúp hai người họ tiến đến hôn nhân.

Nó cũng có thể là bước đầu tiên thành công của bạn.

Đạt được điểm cộng trong mắt bạn đời cũng cần sự khéo léo và kiên nhẫn. Chúng ta đều bị chi phối bởi cảm xúc, có nhu cầu được người khác coi trọng. Khi bạn nói đúng điều mà anh ta muốn nghe, vào thời điểm phù hợp và anh ấy muốn nghe nhất, ấn tượng của anh ấy về bạn là một người đặc biệt và tinh tế.

Trong vòng từ sáu đến bảy tháng, kể từ buổi thuyết trình ngày hôm đó, tôi nhận được 92 lá thư cảm ơn được gửi từ các cô gái độc thân đã tham dự buổi hội thảo.

Nhờ ghi nhớ và khéo léo vận dụng những gì tôi trình bày mà các cô đã có được đức lang quân như ý!

Và không chỉ nữ giới, ngày hôm đó cũng có các quý ông đến tham dự. Họ cũng thành công tìm được người phụ nữ của đời mình!

Sau đó hai năm, tôi trở thành khách mời của một chương trình phát thanh. Để trả lời một câu hỏi do thính giả gửi đến, tôi đã tường thuật lại buổi hội thảo từng diễn ra. Trong vòng một tuần sau chương trình phát thanh, tổng đài đã nhận được gần 1.500 lá thư và điện tín do thính giả từ khắp nơi tại Mỹ gửi đến.

Một trong số các lá thư được gửi từ một phụ nữ độc thân, 28 tuổi sống ở miền Tây. Cô ấy viết:

"Xin chào,

Anh trai tôi có nghe chương trình của ông và chia sẻ với tôi. Ông có thể gợi ý cho tôi câu nói Thôi Miên Cảm Xúc để giúp tôi có được Tình Yêu của đời mình không ạ?

Tôi thực sự mong muốn tìm được một người chồng như ý!"

Tôi gửi cho cô ấy câu trả lời, kèm theo một số chỉ dẫn về thời gian phù hợp để thốt ra câu nói.

Bốn tháng sau, người phụ nữ đó gửi tôi một lá thư:

"Gửi ông Garn,

Tôi đã sử dụng câu nói Thôi Miên Cảm Xúc mà ông gửi, và tôi đã có được chàng 'cao bồi' của đời mình.

Tôi không thể ngờ rằng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc lại hiệu nghiệm đến vậy!"

Sức hấp dẫn từ Lời hứa hẹn về Tương Lai

Ở phần trước, tôi đã giới thiệu với bạn hai thuật ngữ:

1. Lời hứa hẹn về Tương Lai

2. Khao khát Trải Nghiệm Mới

Chúng là những thành phần quan trọng làm nên khả năng xui khiến cảm xúc của Tử Huyệt Tình Yêu và là phương tiện để truyền tải thông điệp giao tiếp cực mạnh.

Lời hứa hẹn về Tương Lai và Trải Nghiệm Mới có khả năng xâm nhập mạnh vào tâm trí con người. Những sự hấp dẫn về giới tính cũng như khao khát "có đôi có cặp" của mỗi người là điều không giải thích được.

Chúng ta bị hấp dẫn bởi "Lời hứa hẹn về Tương Lai" ngay từ trong bản năng.

Chúng ta có xu hướng tưởng tượng hoặc suy đoán về tương lai, dù không ai dám khẳng định ngày mai sẽ thế nào, trừ khi tương lai được hoạch định một cách rõ ràng, chi tiết và có thể tiên liệu mọi khả năng có thể xảy ra.

Nhưng thực tế, có bao nhiêu bản kế hoạch có thể đạt đến độ chính xác gần như tuyệt đối?

Rất ít!

Tương lai là một thực thể vô định mà con người mơ đến mỗi khi có người, sự vật hoặc sự việc nào đó liên quan.

Khi một thiết kế thời trang mới trình làng, một loại nước hoa hay một phát minh khoa học mới, hứa hẹn giúp chúng ta trông xinh đẹp hơn hoặc có cuộc sống thoải mái hơn, nó thường có nhiều giá trị thôi miên và hấp dẫn cảm xúc hơn là giá tiền ưu đãi đơn thuần. Nếu một loại kem dưỡng da hoặc vitamin mới có khả năng xóa nếp nhăn và chống lão hóa, chúng sẽ mang lại tác động cảm xúc cho chúng ta mạnh mẽ hơn những thông tin về sản phẩm.

Một tương lai đảm bảo về tài chính là động lực thúc giục chúng ta lập kế hoạch tiết kiệm và dành dụm tiền, bất kể việc đó khó khăn ra sao. Cũng chính hình ảnh tương lai đó trở thành "kim chỉ nam" để hạn chế chúng ta "vung tay quá trán".

Dù là trong tình yêu, sức khỏe, tiền bạc, ngoại hình hay danh tiếng, chúng ta luôn khát khao có được một tương lai tốt đẹp hơn. Những ngôn từ và hành động thôi thúc chúng ta nỗ lực để hiện thực hóa những viễn cảnh hoàn hảo đó - dù chỉ là trong tâm tưởng.

Vì thế, chúng ta lắng nghe và làm theo chúng.

Những người nào biết đặt mục tiêu phấn đấu trong cuộc sống để vươn tới một tương lai tích cực, tức là họ sở hữu thứ Cảm Xúc Tình Yêu có tên "Lời hứa hẹn về Tương Lai". Nhờ chúng, họ có động lực bản thân và sức bật tâm lý để vượt qua trở ngại trong

cuộc sống và làm được những gì mình thích!

Ở góc độ người phát ngôn, chúng ta có nghĩa vụ thực hiện được những gì mình đã nói, trên cơ sở nhu cầu của người nghe, như vậy cuộc giao tiếp của bạn mới trôi chảy và thành công.

Chúng ta có thể xác định được nhu cầu của người nghe thông qua việc đánh động Tử Huyệt Tình Yêu với nội dung liên quan đến "Lời hứa hẹn về Tương Lai"!

Đó là một quy luật của giao tiếp thành công, dù bạn là giáo viên, nhà diễn thuyết, doanh nhân, kỹ sư hay triệu phú.

Giả sử bạn là một doanh nhân.

Bạn đang có một doanh nghiệp làm ăn phát đạt, trong tay bạn nắm giữ nhiều khoản đầu tư lớn và khối tài sản kếch xù. Thu nhập của bạn không dưới 100.000 đô la một năm.

Khi đó, bạn có muốn "làm giàu" không?

Người ta có xu hướng kiếm thêm thu nhập, nhưng khi đó Tiền Bạc không còn là điều bận tâm lớn nhất của người ấy nữa. Nếu bạn lựa chọn chủ đề liên quan đến khởi nghiệp hay sự giàu có thì hành động này của bạn chẳng khác nào "múa rìu qua mắt thợ" với một nhà kinh doanh lão làng.

Về mặt Tiền Bạc, đối phương đã giàu rồi, và bạn biết rõ điều đó!

Khi đó, người ta có dễ dàng lắng nghe những lời khuyên làm giàu từ người khác nữa hay không?

Không!

Vậy, bạn sẽ nghe những lời khuyên giúp bạn giàu HƠN hiện tại chứ?

Nhiều khả năng bạn sẽ trả lời "Có!"

Đó chính là "Lời hứa hẹn về Tương Lai" mà người đó muốn nghe!

Tôi sẽ ví dụ cho bạn một trường hợp khác, liên quan đến một cô gái vô cùng xinh đẹp. Cô có số đo chuẩn, vòng eo con kiến và thân hình đồng hồ cát với những đường cong tuyệt mỹ, làn da trắng sứ của cô rạng rỡ và mịn màng.

Theo bạn nghĩ, cô gái này có quan tâm đến những lời khuyên làm

đẹp nữa hay không? Cô ấy có khao khát một thân hình chuẩn không? Cô ấy có mơ ước về một làn da mịn màng nữa hay không?

Không!

Cô ấy đã có những lợi thế ấy và cô ấy biết rõ điều đó.

Tuy vậy, cũng như bao cô gái khác, cô nàng sẽ cực kỳ quan tâm đến những lời khuyên hay thông tin gì giúp mình trở nên xinh đẹp hơn, có một thân hình quyến rũ hơn nữa, và một làn da hoàn hảo hơn hiện tại!

Đó chính là Lời hứa hẹn về Tương Lai - hy vọng về một tương lai tốt đẹp và lý tưởng hơn mà chúng ta luôn ấp ủ và muốn thay đổi mình trong hiện tại để trùng khớp với tưởng tượng đó.

Người nghe không thể nhớ quá nhiều thông tin trong thời gian ngắn, vì vậy bạn không nên sử dụng thật nhiều tính từ để khen ngợi người đó. Thêm vào đó, bạn không nên sử dụng từ "Nhất"! Bởi vì từ này mang đến cảm giác cuộc hội thoại của bạn đi đến điểm cụt. Khi bạn khen một ai đó hay thứ gì đó là Nhất rồi, bạn sẽ khó khăn trong việc bổ sung ưu điểm.

Đối phương biết rõ mình giàu có, xinh đẹp và họ biết rõ "tài nguyên" của bản thân. Vì vậy, bạn khen họ thì họ cũng chỉ thấy bạn đang nói sự thật hiển nhiên.

Nếu bạn muốn dễ dàng xâm nhập vào tâm trí của một ai đó, bạn phải đề xuất được cho họ những thứ ưu việt hơn, nhiều lợi ích hơn, xinh đẹp hơn, giàu có hơn so với hiện tại của họ.

"Hơn", "hơn nữa" hay "hơn thế nữa" là những cụm từ có tác dụng Thôi Miên cảm xúc trong mọi thời đại! Chúng là những từ ngữ tạo nên hiệu quả hứa hẹn cho một tương lai tươi sáng. Ngoài từ "hơn" và những cụm từ phái sinh từ nó, bạn còn có thể sử dụng những từ ngữ khác có tác dụng tương tự như "thêm", "cộng thêm", "ưu đãi", "khuyến mãi" hoặc "gia tăng".

"Bạn có thấy tuyệt vời không nếu như chúng ta có thời gian giải lao?"

Không!

"Bạn có thấy tuyệt vời HƠN không nếu chúng ta có THÊM thời gian giải lao?"

Đương nhiên rồi. Câu nói này có tác dụng kích thích cảm xúc tích cực mạnh mẽ hơn hẳn so với câu nói ở trên, bạn chỉ cần bổ sung hai từ "hơn" và "thêm".

"Bạn có muốn bỏ túi 20 đô la ngay bây giờ không?"

Đó là một số tiền không lớn, và câu hỏi này có thể bị bạn bỏ ngoài tai, không thèm đếm xỉa đến. Tuy nhiên, nếu bạn khéo léo thêm vào một từ, bạn sẽ thấy câu hỏi trở nên hấp dẫn hơn hẳn:

"Bạn có muốn bỏ túi thêm 20 đô la ngay bây giờ không?"

Mặc dù là một thành phần của Tử Huyệt Tình Yêu, Lời hứa hẹn về Tương Lai có khả năng bổ trợ và tăng tính thuyết phục với bất kỳ Tử Huyệt Cảm Xúc nào khác trong Bộ Tứ Quyền Lực.

Khi người chủ cửa hiệu chụp ảnh nói với các nữ khách hàng đang độc thân rằng:

"Các cô gái này đến chỗ chúng tôi chụp ảnh chân dung trước đó. Chưa đầy một năm sau, họ đã có được một đám cưới hạnh phúc như thế này!"

Chính sự hứa hẹn về một tương lai hôn nhân hạnh phúc trong câu nói của ông đã khơi dậy mơ ước kết hôn mãnh liệt của các cô gái.

"Ông có muốn dẫn dắt công ty mình trở thành doanh nghiệp đứng đầu trong ngành công nghiệp vận tải và chuyển phát không?"

Đây là một Lời hứa hẹn về Tương lai có tác dụng đánh động Tử Huyệt Tiền Bạc và Danh Tiếng.

Bạn còn nhớ người phụ nữ muốn nhảy xuống sông tự tử ở chương đầu chứ? Lời nhắc nhở của viên cảnh sát về một tương lai không được sạch sẽ khi bà ta phải vùng vẫy dưới dòng nước dơ bẩn và hôi thối trước khi chết đã đánh động Tử Huyệt Danh Tiếng của bà ta, dẫn đến quyết định không muốn tự tử nữa.

"Anh có biết 60% tổng số tài sản của Hoa Kỳ đang nằm trong tay các góa phụ không?"

Đây là một Lời hứa hẹn về Tương Lai tác động đến Tử Huyệt Bản Thân và Tiền Bạc của người đối diện. Nhờ nghiên cứu và nắm vững được dữ liệu về thị trường "ngách" đầy tiềm năng này, cộng với câu nói có tác dụng Thôi Miên Cảm Xúc, một học viên cũ của

tôi đã tự tạo cho mình cơ hội thăng tiến, và anh ta đã trở thành Trợ lý cho Tổng giám đốc của một tập đoàn danh giá - vì anh ta là người mẫn cán với phương châm "làm việc mười bảy tiếng mỗi ngày và ngày nào cũng thế."

Khi cô gái 21 tuổi có vẻ ngoài trông trẻ con hơn tuổi thật quyết định mua một chiếc áo khoác, anh bạn tôi đã thuyết phục cô:

"Nó sẽ giúp cô trông già dặn, chững chạc và xinh đẹp hơn!"

Lời hứa hẹn về một ngoại hình ra dáng người trưởng thành hơn cho cô gái đã chạm được vào Tử Huyệt Danh Tiếng của cô và khiến cô quyết định mua chiếc áo.

Khi cụ Y. mỉm cười và nói rằng:

"Ngôi nhà này chỉ dành cho những ai sống lâu trăm tuổi thôi!"

Ông đang hứa hẹn với khách hàng một tương lai êm đềm, hạnh phúc và khỏe mạnh trong ngôi nhà cổ với cái hiên nhỏ xinh "đón được nhiều thước vuông ánh sáng mặt trời hơn bất kỳ nơi nào khác trong tiểu bang này!" Lời hứa hẹn về tương lai đã tác động thành công vào Tử Huyệt Bản Thân của khách hàng.

Có vô số cách để bạn ứng dụng Lời hứa hẹn về Tương Lai trong các mối quan hệ. Một trong những ưu điểm nổi bật của nó là khả năng gây thiện cảm ngay lập tức giữa người nói và người nghe.

Giao tiếp giữa người với người thực chất là sự kết nối về cảm xúc. Nếu bạn không thiết lập được kết nối về cảm xúc, giống như bạn không biết số điện thoại riêng của đối phương để gọi điện thoại.

Một khi bạn kết nối được cảm xúc thành công với người nghe, bạn có thể vận dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc để gây sự chú ý, khiến đối phương cảm thấy đồng điệu và bạn thực sự là "đồng loại" của họ. Họ sẽ sẵn sàng buông lỏng tâm lý cảnh giác để lắng nghe chia sẻ của bạn.

Giống như câu chuyện sau đây:

Một công ty chuyên sản xuất đồ gia dụng và thiết bị bằng nhôm quyết định cử nhân viên đi tiếp thị tận nhà các khách hàng tiềm năng để chào hàng. Tất cả những tiếp thị viên này được trả công dựa trên số sản phẩm họ bán được.

Mỗi nhân viên tiếp thị được phân công cho một khu vực nhất

định, và nhiệm vụ của anh ta là đến gõ cửa từng ngôi nhà trong phạm vi được yêu cầu để giới thiệu các sản phẩm của công ty. Mỗi khi chào hàng thành công, nhân viên tiếp thị phải báo cáo lại với cấp trên, tức Trưởng bộ phận Bán hàng. Trong vòng từ bảy đến mười ngày, sản phẩm sẽ được chuyển đến tận nơi cho khách hàng và người mua sẽ thanh toán chi phí. Khi giao dịch hoàn tất, nhân viên tiếp thị mới được nhận thù lao.

Để có thể bán được nhiều sản phẩm và có thu nhập kha khá từ công việc này, nhân viên tiếp thị phải chịu khó trả lời tất tần tật mọi cuộc gọi của khách hàng mỗi ngày. Anh ta phải cực kỳ "chai mặt", và không được nản chí khi nghe những lời từ chối hoặc xua đuổi của khách. Điều tiên quyết là phải thành công "trụ vững" được ít nhất là một tháng để có đủ kinh nghiệm cũng như đạt được mức thu nhập mình mong muốn.

Khi đạt được những yêu cầu cam go nêu trên, anh ta sẽ nhận được "điểm cộng" và có nhiều cơ hội được ưu ái, thăng tiến trong công ty.

Để tuyển dụng lực lượng bán hàng này, Trưởng phòng Kinh doanh đã đăng thông báo tuyển dụng lên các kênh truyền thông và đào tạo các Trưởng bộ phận Bán hàng về kỹ năng phỏng vấn và chọn lọc ứng viên.

Thực tế thì không có nhiều nhân viên tiếp thị trụ được lâu với nghề. Nhân viên nghỉ việc là chuyện cơm bữa và họ phải thay người thường xuyên.

Cứ mười người thử việc thì sáu người đã "đầu hàng" ngay sau tuần đầu tiên làm việc. Tuần tiếp theo, thêm ba người nữa "dứt áo ra đi". Người còn lại, hoặc sẽ kiên trì bám trụ để trở thành ngôi sao bán hàng, hoặc sẽ theo bước chân của chín người đi trước sau khi qua được tuần thứ tư.

Công ty đã ban hành nhiều chế độ ưu đãi cũng như tăng tiền công nhưng Trưởng phòng Kinh doanh vẫn không thể cải thiện tỷ lệ bỏ việc cao như thế ở các nhân viên tiếp thị. Tình trạng thay người liên tục đi liền với tốn kém chi phí đào tạo để người mới sẵn sàng làm việc. Người đến thì nhỏ giọt, người đi thì ào ào.

Sau một thời gian tìm hiểu, các sếp phát hiện ra nguyên nhân người ta "dứt áo ra đi không hối tiếc" là do cách nói chuyện và cư xử vô cảm trong công việc của những người tuyển dụng.

Trong các cuộc phỏng vấn, người tuyển dụng liên tục ca ngợi

danh tiếng công ty, cơ sở vật chất, hàng mẫu, các bảng biểu và hình ảnh minh họa cho thành tích "đáng nể" của công ty. Họ nghĩ rằng làm như thế sẽ giúp các ứng viên tin tưởng vào công ty, rằng họ sẽ kiếm được rất nhiều tiền nếu như họ kiên nhẫn trả lời tất cả các cuộc gọi và làm theo những gì người tuyển dụng yêu cầu.

Cách thức giao tiếp này không khơi gợi được thiện cảm của ứng viên. Họ không có thiện cảm với công việc thì họ không nhận thấy công việc họ sắp làm có điểm nào là giá trị. Hết lần này đến lần khác, bộ phận tuyển dụng luôn lặp lại một công thức sáo mòn và rỗng tuếch về nội dung.

Những người đứng đầu công ty họp lại, sau khi hội ý, họ quyết định cải cách và thay đổi quy trình tuyển dụng.

Khi ứng viên vào phòng phỏng vấn, người tuyển dụng có nhiệm vụ giới thiệu bản thân, hỏi thăm những câu hỏi đời thường để đối phương có tâm trạng thoải mái. Sau đó, họ đề cập đến nội dung sâu hơn về tuyển dụng:

"Anh có sẵn sàng trải qua năm tháng làm việc trong môi trường áp lực cao để có vị trí vững chắc ở công ty chúng tôi, với mức lương là 6.000 đô la một năm không?"

Với nội dung "năm tháng làm việc trong môi trường áp lực cao để có vị trí vững chắc ở công ty chúng tôi, với mức lương là 6.000 đô la một năm," người tuyển dụng đã thành công kích thích được tâm trí của ứng viên và thiết lập thành công kết nối cảm xúc. Điều này đã xây dựng nền móng thiện cảm để ứng viên chấp nhận tiếp thu những thông tin kế tiếp mà họ đưa ra.

Thay vì giấu nhẹm dữ kiện "làm việc trong môi trường áp lực cao", thông tin mà người phỏng vấn đưa ra trở thành một thách thức đánh động Tử Huyệt Danh Tiếng của ứng viên. Nhà tuyển dụng còn khéo léo cài cắm thêm thông tin đầy hứa hẹn và cụ thể là "một vị trí vững chắc ở công ty, với mức lương 6.000 đô la". Một tương lai rộng mở với mức lương đáng kể khi ứng viên dám chấp nhận thử thách bản thân. "Lời hứa hẹn về Tương Lai" đã thành công kích phát sự háo hức của ứng viên đối với Tiền Bạc và Danh Tiếng.

Kể từ sau khi thực hiện phương thức tuyển dụng mới, trung bình mười nhân viên tiếp thị thì có bốn người sẽ trụ lại được với công việc. Họ vượt qua thời gian thử thách khó khăn để trở thành nhân viên chính thức và được hưởng mức lương cao ở công ty.

Trong số sáu người bỏ cuộc, cũng có hai người trụ được đến ba tháng. Và những người này đều làm việc rất hiệu quả trong thời gian thử việc, họ đã thuyết phục được nhiều khách hàng mua sản phẩm và góp phần làm tăng doanh số của công ty. Những người còn lại cũng cố gắng được đến hai tuần rưỡi. Không còn ai dưới một tuần là "bỏ của chạy lấy người" như trước kia.

Một người có tỷ lệ bỏ việc thấp và thời gian làm việc dài là người chứng tỏ được giá trị bản thân. Ở họ tồn tại phẩm chất kiên trì với mục tiêu và tự trui rèn mình trong những môi trường làm việc áp lực cao. Họ là những người có tiềm năng gặt hái được thành công trong sự nghiệp.

Trong số những người trụ lại thành công, một vài người hiện tại đang nắm giữ các vị trí quản lý và điều hành của công ty. Kỳ diệu hơn, những thành công trong công tác đào tạo và tuyển dụng người tài là kết quả của một sự thay đổi nhỏ lúc ban đầu:

Một "Lời hứa hẹn về Tương Lai" đủ sức đánh động vào Tử Huyệt Tiền Bạc và Danh Tiếng để tạo nên sự liên kết về cảm xúc và tạo động lực cho các ứng viên tiềm năng!

Một vĩ nhân từng nói rằng:

"Ngày hôm nay chính là tương lai được bạn hiện thực hóa nhờ quyết định vào hôm qua!"

Hiện tại chính là tương lai, là kết quả của những gì bạn đã làm được trong quá khứ.

Ngày mai luôn cận kề, tương lai vẫn tìm đến bạn dù bạn muốn hay không. Nhưng tương lai đó, bạn có thụ hưởng được quả ngọt và cơ hội tích cực hay không là kết quả từ những lựa chọn của chính bạn đối với "Lời hứa hẹn về Tương Lai". Bạn sẽ chọn cho mình tương lai như thế nào? Bạn có đủ kiên trì với khó khăn và thử thách để đánh đổi lấy một tương lai tươi sáng hay không?

"Không có con đường thành công nào trải đầy hoa hồng, mà nếu có thì nên nhớ rằng hoa hồng có gai nhọn."

Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc với "Lời hứa hẹn về Tương Lai" hiệu nghiệm và phát huy tác dụng tối đa khi và chỉ khi bạn sử dụng nó một cách trung thực và khôn ngoan.

Bạn hứa hẹn với ai đó về một tương lai tươi sáng thì bạn phải làm được, sản phẩm của bạn phải thực sự mang tới hiệu quả, doanh

nghiệp của bạn phải chi trả được mức lương mà bạn đã hứa hẹn với ứng viên khi họ chấp nhận đánh đổi sức lao động một cách xứng đáng!

Tương tự, những nỗi lo sợ và khát khao đối với Trải Nghiệm Mới - thành phần cuối cùng của Tử Huyệt Tình Yêu, có thể thay đổi cuộc đời bạn đáng kể, tùy vào cách mà bạn tương tác với chúng.

Sức mạnh của Trải Nghiệm Mới

Cách đây vài năm, cô S. - một học viên cũ của tôi - đã thuyết trình chủ đề:

"Vì sao phụ nữ thích dùng nước hoa?"

Cô ấy mời một cô gái trẻ khác cùng một người đàn ông đến lớp để minh họa cho phần thuyết trình. Khi hai người đứng cạnh nhau, cựu học viên của tôi hỏi người đàn ông:

"Anh có thấy điểm gì lạ ở người phụ nữ này không?"

Anh ta lắc đầu.

"Cô ấy xinh đẹp," anh ta mỉm cười và trả lời. "Đó là tất cả những gì tôi có thể nói lúc này."

Cô S. cũng mỉm cười "Cảm ơn anh" và dẫn cô gái đang đỏ bừng mặt ra khỏi phòng học.

"Mọi người chờ một chút nhé! Chúng tôi sẽ quay trở lại ngay!"

Quả thật, họ quay trở lại sau ba mươi giây.

Cô S. tiếp tục dẫn cô gái nọ đến đứng cạnh chàng trai ban nãy.

"Anh cảm thấy có gì điều gì khác biệt không, thưa anh?" Cô S. tiếp tục hỏi chàng trai.

Lúc đó, mũi của anh ta có chút động đậy. Mắt anh ta sáng bừng lên và anh ta đáp:

"Mùi hương thật quyến rũ và ngọt ngào!"

Chỉ một hoạt cảnh đơn giản cộng với vài lời thoại, cô S. đã khiến chúng tôi chú ý theo dõi từ đầu đến cuối và ngộ ra thông điệp mà cô ấy muốn truyền tải:

Phụ nữ dùng nước hoa vì rất nhiều lý do cá nhân khác nhau, nhưng lý do chủ yếu vẫn luôn liên quan đến đàn ông và tình yêu!

Ba năm sau, kể từ sau buổi thuyết trình, tôi có gặp lại cô S. trên đường.

"Tôi không nhớ tên của cô, nhưng tôi nhớ cô là một học viên nổi bật trong một khóa học Thôi Miên Cảm Xúc của tôi, người đã thuyết trình thành công với chủ đề là 'Vì sao phụ nữ thích dùng nước hoa?', đúng không?"

Cô ấy đã rất kinh ngạc.

"Thầy đã đào tạo hàng nghìn học viên suốt bao nhiêu năm qua, làm sao thầy còn nhớ đến tôi?"

Tôi mỉm cười:

"Cô đã làm được một điều khiến tôi phải nhớ. Trong khi hầu hết các học trò khác chưa làm được như thế!"

Bạn có gì khác biệt so với mọi người?

Có phải bạn thường xuyên bị mọi người quên lãng hoặc họ lướt qua bạn mà không mảy may quan tâm? Đó là vì những ngôn từ, hành động và sở thích cá nhân của bạn không có gì đặc biệt so với hàng nghìn người đàn ông và phụ nữ khác cùng độ tuổi và trình độ như bạn.

Trong khi đó, chỉ cần một chút ý tưởng sáng tạo, trí tưởng tượng tốt và thể hiện tự tin, bạn có thể khiến mình trở nên khác biệt và nổi trội, chẳng ai có thể quên bạn một khi đã từng gặp nhau.

Đôi khi, những yếu tố tạo nên sự khác biệt và nổi trội lại nhỏ bé và đơn giản hơn bạn nghĩ. Miễn là chúng có tính chất Thôi Miên Cảm Xúc với đối tượng mà bạn giao tiếp.

Nhiều cô gái cùng theo đuổi một anh chàng nọ và muốn anh ta trở thành chồng mình.

Ai trong số họ sẽ là cô gái may mắn được anh ta đeo nhẫn cưới vào tay?

Bạn đời là người hiểu rõ mong muốn và nguyện vọng của đối phương. Cũng như có thể thuyết phục nửa kia mình là người đặc biệt nhất đối với anh ấy!

Tình Yêu và Hôn Nhân là điều mà bạn phải thực sự nghiêm túc và đầu tư nếu bạn muốn có được người bạn đời hằng ao ước. Cô gái tìm hiểu rất kỹ những gì anh ta cần, anh ta mong muốn và cô ấy có những yếu tố nào có thể đáp ứng và trở nên đồng điệu với anh ấy.

Những cô gái khác đang làm gì để lấy lòng hay gây ấn tượng với anh ta? Điểm chung của các cô gái kia là gì? Vì sao anh ấy lại chưa đưa ra sự lựa chọn?

Cô ấy học cách lắng nghe và chia sẻ những mối bận tâm của anh ấy. Tìm kiếm điểm chung của hai người. Để anh ấy mở lòng với cô, cô cần tạo dựng một sự đồng điệu giữa họ, một mối liên kết về cảm xúc đủ mạnh. Bắt đầu bằng việc nói những điều anh muốn nghe - không phải là những gì cô muốn nói.

Có nhiều cách để trình bày quan điểm của bạn, người ta sẽ không sẵn sàng nghe bạn nói nếu bạn bắt đầu cuộc hội thoại bằng hành động bác bỏ quan điểm hay bày tỏ ý kiến khác biệt hoặc đối nghịch. Người nghe sẽ mang tâm lý bài xích, bởi vì "Đạo bất đồng, bất tương vi mưu" (Tư tưởng, quan niệm khác nhau thì không thể cùng nhau bàn luận, trao đổi được).

Do đó, cô gái nhẹ nhàng dẫn dắt câu chuyện theo hướng cô ấy đồng cảm với những điều anh ấy nói, cảm nhận và những nỗi lo âu mà anh ấy đang canh cánh.

Khi bắt được đúng "tần số", cô ấy hiểu rằng mình đã khám phá ra Tử Huyệt Cảm Xúc lớn nhất của anh ấy!

Mối liên kết về cảm xúc giữa họ được thiết lập. Đây là thành công đầu tiên để sự giao tiếp giữa họ tiếp tục kéo dài.

Bên cạnh sự đồng điệu không-thể-tin-nổi giữa hai người, cô ấy nêm nếm vào một chút gia vị của sự khác biệt. Nhưng đủ tinh tế để hai người không mâu thuẫn quan điểm với nhau.

Người bạn đời thực sự dành cho bạn là người sẽ cùng bạn trở thành "đôi bạn cùng tiến" trong cuộc sống. Do đó, khác biệt của cô với những cô gái khác là những ý kiến đóng góp mang tính xây dựng. Cô không chỉ trích hay lên án anh với những điều cô có phân tích khác. Nhưng cô cũng không chỉ ngọt ngào xuôi theo, để mặc anh bơi một mình giữa mớ bòng bong, càng bơi càng "ngộp thở".

Cái duyên dáng nằm ở nghệ thuật:

“Bảy phần thuận theo, ba phần chống lại.”

Anh chàng yêu đắm đuối những sự khác biệt nho nhỏ và tinh tế giữa họ và không thể rời xa cô.

Cô ấy đã cho anh những Trải Nghiệm Mới, khiến cuộc sống nhàm chán của anh trở nên sinh động và đầy màu sắc.

“Đàn ông yêu một người phụ nữ khi và chỉ khi cô ta thực sự khác biệt với những người con gái khác!” H. L. Mencken[12] từng viết như vậy.

[12] Henry Louis Mencken (1880-1956): nhà báo kiêm nhà phê bình ngôn ngữ người Mỹ. Ông được mệnh danh là “Nhà hiền triết xứ Baltimore” và là một trong những cây bút có tầm ảnh hưởng lớn ở nước Mỹ nửa đầu thế kỷ XX.

Tình yêu là giao tiếp. Giống như việc mở đầu một câu chuyện, để hai trái tim giao tiếp với nhau thì bạn cần một sự liên kết về cảm xúc và Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc sẽ giúp bạn trở nên duyên dáng và tinh tế trong mắt bạn đời tương lai.

Mỗi người sẽ lý giải Tử Huyệt Cảm Xúc của đối phương theo những cách khác nhau. Chính điều này khiến bạn trở nên độc-nhất-vô-nhị.

Trong công việc cũng tương tự, tôi sẽ chia sẻ với bạn Trải Nghiệm Mới đã phát huy hiệu quả như thế nào trong tình huống sau:

Nhiều người nộp hồ sơ xin việc với cùng một vị trí, nhưng chỉ một người trúng tuyển.

Liệu có phải do người trúng tuyển có kiến thức hoặc bề dày kinh nghiệm chuyên môn nhiều hơn những người khác hay không?

Chưa chắc!

Anh chàng trúng tuyển chỉ đơn giản là khéo léo bắt đầu cuộc phỏng vấn bằng một nhân tố Thôi Miên Cảm Xúc đủ sức xâm nhập tâm trí nhà tuyển dụng và khiến anh tạo ấn tượng đặc biệt so với những ứng viên còn lại.

Vì sao anh ta lựa chọn được nhân tố phù hợp để áp dụng đối với nhà tuyển dụng?

Nhờ sự tìm hiểu, nghiên cứu trước về công ty mà anh ta sẽ dự

phỏng vấn và lắng nghe những lời chia sẻ của nhà tuyển dụng. Anh đã sàng lọc được yếu tố liên quan đến tính cách mà công ty hoặc nhà tuyển dụng đang khao khát và tìm kiếm.

Trong lá thư xin việc lẫn trong cuộc phỏng vấn, chính sự khác biệt đã trở thành lợi thế cạnh tranh của anh chàng trúng tuyển, khiến nhà tuyển dụng nhớ đến anh giữa hàng tá những hồ sơ khác. Suốt cuộc đua xin việc, anh đã âm thầm "cài cắm" vào tâm trí nhà tuyển dụng những Trải Nghiệm Mới thú vị, giúp xóa tan mọi sự nhạt nhẽo và nhàm chán trong công việc lặp đi lặp lại hằng ngày của họ.

Anh ta đánh động đúng Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của nhà tuyển dụng. Không bị động và để người tuyển dụng dẫn dắt hoàn toàn cuộc phỏng vấn. Và thế là anh chiến thắng!

Báo đài và truyền thông ngày nay tràn ngập những mẩu tin tuyển dụng của các công ty hoặc phần tự giới thiệu của người tìm việc. Những mẩu tin như vậy thường nhận được rất nhiều phản hồi. Và hầu hết người nhận đồng ý rằng, đa số các lá thư xin việc gửi đến họ thường được viết theo một khuôn mẫu chung chung, nhàm chán, không có gì đặc biệt và thiếu sự đảm bảo về thực lực cũng như sự trung thực của người gửi. Là người tuyển dụng, sau khi đọc qua vài lá thư, họ sẽ có cảm giác buồn ngủ ngay vì chúng na ná nhau.

Bỗng dưng, một mẩu tin khiến cho người đọc phải dừng lại lâu hơn:

"Tôi đang tìm kiếm một ông chủ xứng đáng với bề dày kiến thức và kinh nghiệm, sự trung thành và tính cách vui vẻ, nhiệt tình của mình. Đến khi nào tôi được gặp ông?"

Người viết mẩu tin trên là một cô gái trẻ. Chỉ trong một thời gian ngắn, nhà tuyển dụng đã liên hệ phỏng vấn cô và họ thực sự rất mong được gặp mặt cô.

Mẩu tin xin việc của cô gái đã hứa hẹn một Trải Nghiệm Mới độc đáo và hấp dẫn, cùng với một sự đảm bảo về mặt Danh Tiếng cho nhà tuyển dụng nhờ cụm từ "xứng đáng với bề dày kiến thức và kinh nghiệm, sự trung thành và tính cách vui vẻ, nhiệt tình của mình."

Ông C. là một nhân viên đã có tuổi và đang mắc một căn bệnh mãn tính. Người chủ lâu năm của ông nhận ra đã đến lúc phải thay thế ông. Sau khi chữa bệnh xong, những gì ông C. nhận được

là quyết định thôi việc kèm với một lá thư giới thiệu tuyệt vời để xin việc chỗ khác.

Đối thủ của ông trong cuộc chiến tìm việc mới là hàng trăm người thất nhiệp cùng độ tuổi như ông và hàng trăm người khác trẻ hơn ông hai chục tuổi, nhưng lại sở hữu những lá thư giới thiệu vô cùng giá trị!

Một ngày nọ, tờ báo buổi sáng đăng một mẩu tin tuyển dụng thú vị như sau:

"Cơ hội làm việc lâu dài. Điều kiện duy nhất để có việc: đậu phộng. Lương cao kèm với nhiều đãi ngộ tốt sau sáu tháng huấn luyện."

Hàng trăm người ứng tuyển công việc này. Ông C. cũng quyết tâm bước vào vòng phỏng vấn.

Khi ông C. được gọi tên vào phòng phỏng vấn, nhà tuyển dụng bắt đầu chán nản sau một loạt những cuộc trò chuyện "nhạt như nước ốc" và không có nhiều triển vọng với các ứng viên trước.

Ông C. bước vào, đứng cạnh chiếc bàn phỏng vấn để đợi nhà tuyển dụng ghi vài nhận xét về người ứng viên đã phỏng vấn trước đó. Khi nhà tuyển dụng viết xong và ngẩng đầu lên, ông C. nở nụ cười trìu mến và đặt lên bàn một túi đậu phộng.

"Xin chào, tôi thấy mẩu tin tuyển dụng của ngài nói rằng điều kiện duy nhất để có việc là đậu phộng. Thế nên tôi đã mang đậu phộng đến đây, để bảo đảm với ngài rằng tôi rất nghiêm túc với công việc này và muốn được ngài tuyển dụng."

Ông mở túi đậu phộng ra và nói tiếp:

"Ngài có thể ăn vài hạt cho thư giãn đầu óc. Tôi tin là chúng sẽ giúp ngài nhớ đến tôi hơn và quyết định dễ dàng hơn!"

Nhà tuyển dụng phá lên cười, cảm ơn ông C. và với tay vào túi, lấy vài hạt đậu phộng.

Không ngoài dự đoán, nhà tuyển dụng đã chọn ông C. sau một chầu đậu phộng[13] vì ấn tượng khó phai về người ứng viên có tuổi này.

[13] Cụm từ "Điều kiện duy nhất để có việc: đậu phộng" trong mẩu tin tuyển dụng được dịch từ bản gốc là "Peanuts to start". Đây là phép chơi chữ mà tác giả đã sử dụng trong trường hợp của ông C. Câu này

tương tự nghĩa "Dễ như ăn bánh." Ông C. đã tinh tế nhận ra yếu tố "đậu phộng" được ví von. Vì vậy ông C. đã vận dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, kết hợp với bề dày kinh nghiệm sẵn có trong hồ sơ năng lực của mình.

Hầu hết những ứng viên xin việc khác đều hiểu cụm từ đó theo nghĩa bóng này, nhưng riêng với ông C., ông đã gây ấn tượng thành công nhờ vận dụng cụm từ theo cả nghĩa "đen" - mang theo một túi đậu phộng thật đến phỏng vấn xin việc.

Ông C. đã mang đến một Trải Nghiệm Mới, phá vỡ bầu không khí nhạt nhẽo và khiến ngày làm việc mệt mỏi, chán nản của nhà tuyển dụng trở nên sinh động, thú vị!

Trải Nghiệm Mới là một Tử Huyệt Tình Yêu mà bất kỳ ai cũng có, luôn ấp ủ, âm ỉ và khao khát. Nó là một thứ vũ khí cực mạnh trong Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc mà bạn có thể sử dụng và phát huy để đạt được những gì mình muốn.

Một nam sinh tên Mike đang tìm kiếm công việc có thể giúp anh đỡ đần người mẹ già và lo cho hai cô em gái. Cha của anh đã bất ngờ qua đời trong một tai nạn. Anh chuẩn bị hồ sơ cá nhân để đi xin việc.

Lúc đó là đầu mùa hè, trường học đã đóng cửa và hàng nghìn học sinh được nghỉ, rất nhiều bạn trẻ trong số đó có nhu cầu kiếm việc làm thêm giống như Mike.

Cậu tìm đến một nhà máy lớn đang có nhu cầu tuyển nhân công chạy việc lặt vặt. Mặc dù Mike đã có mặt từ khá sớm - lúc 8 giờ 45 phút, trước khi nhà máy mở cửa, nhưng đã có hơn năm mươi nam sinh khác cũng đang xếp hàng trước cửa phòng nhân sự.

Một viên bảo vệ mặc đồng phục đứng ngoài cửa để đảm bảo an ninh trật tự.

Mike bèn đi đến chỗ viên bảo vệ đang đứng để nhìn thấy tên của nhà tuyển dụng được treo ở trước cửa phòng nhân sự. Những cậu bé kia bắt đầu to tiếng vì tưởng là Mike chen hàng. Viên bảo vệ yêu cầu Mike trở lại xếp hàng theo thứ tự, cậu ta tuân thủ - sau khi đã ghi nhớ tên của nhà tuyển dụng.

Vì quá nhiều người xếp hàng trước cậu, Mike chắc rằng đến chiều mới tới lượt của mình; thậm chí có nguy cơ là nhà tuyển dụng sẽ ra quyết định luôn mà không cần phỏng vấn hết tất cả ứng viên ở đây.

Hàng người tiến lên một cách chậm chạp. Đến 11 giờ trưa, có mười cậu bé đã chán nản và bỏ về.

Mike đếm lại số tiền mình mang theo để trả tiền ăn trưa và các chi phí khác. Cậu không mang theo nhiều tiền, nhưng cậu chợt nảy ra một ý tưởng.

Sau hai tiếng quan sát tình hình dòng người, Mike chắc chắn cậu sẽ không bị mất chỗ nữa kể cả khi rời hàng để làm một chút việc. Thế nên cậu chạy thật nhanh đến bưu điện gần nhất, cách nhà máy ba tòa nhà. Sau khi tham khảo giá xong, cậu yêu cầu họ gửi giúp cậu một bức điện tín cho nhà tuyển dụng với nội dung:

"XIN VUI LÒNG ĐỪNG KẾT THÚC CUỘC PHỎNG VẤN CHO ĐẾN KHI NGÀI GẶP ĐƯỢC CẬU MIKE MẶT-TÀN-NHANG Ở CUỐI HÀNG NHÉ!"

Nhà tuyển dụng nhận được bức điện tín. Nó như một tia nắng mặt trời bất chợt rọi xuống mang đến sự ấm áp cho cả một buổi sáng dài đằng đẵng cùng công việc phỏng vấn mệt nhoài với hàng chục con người đã cáu bẳn và mệt mỏi.

Nhà tuyển dụng vươn đầu nhìn ra cửa và yêu cầu nhân viên bảo vệ cho gọi "một cậu bé có mặt tàn nhang, tên Mike."

Hành động khác biệt của Mike là một Trải Nghiệm Mới đối với nhà tuyển dụng. Cậu được mời vào phòng phỏng vấn vì ông ta muốn biết cậu là người như thế nào.

Nhờ ấn tượng từ trước, cộng với sự chân thật và hài hước vốn có của mình, nhà tuyển dụng thiện cảm với cậu bé này ngay lập tức!

Mike trở thành cậu bé duy nhất được tuyển dụng nhờ khéo léo vận dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc để xâm nhập tâm trí của nhà tuyển dụng. Nhờ vậy, cậu tranh thủ được cơ hội để trình bày về năng lực bản thân và quyết tâm đối với công việc mà cậu ứng tuyển.

Trải Nghiệm Mới đã giúp cậu bé gây ấn tượng thành công với một nạn nhân của sự tẻ nhạt và mệt mỏi.

Tự tin bộc lộ Cá Tính Riêng của Bạn để Thôi Miên Cảm Xúc với bất kỳ ai

Một cô nàng quyến rũ vừa đăng quang trong cuộc thi hoa hậu địa phương. Cô đến New York với hy vọng tìm thấy danh vọng và tiền

tài. Nhưng, đời không như là mơ!

Thành phố New York giàu có và bận rộn luôn có vô vàn những nàng chân dài xinh đẹp. Cũng như những cô gái khác, cô phải đi xin việc hết nơi này đến nơi khác. Thất vọng và chán nản, cô dự định khăn gói về quê.

Nhưng nếu đã có phương án B để dự phòng, sao không thử một lần không đi theo lối mòn rập khuôn? Vì vậy, cô quyết định sẽ làm nổi bật một chút Cá Tính Riêng của mình.

Cô chọn một nghệ danh mới lạ nhưng dễ nhớ, và xây dựng một phong cách thời trang riêng, bằng những bộ quần áo có sọc màu bạc hà. Danh thiếp của cô cũng được thiết kế với tông màu bạc hà. Trong các hoạt động của mình, cô luôn để lại danh thiếp ở mọi công ty mà cô đến và đưa chúng cho những người cô gặp mặt.

Cô trở thành một "Trải Nghiệm Mới" với bất kỳ ai gặp cô, từ danh thiếp, trang phục, cho đến nghệ danh.

Không lâu sau, cô trở thành một hiện tượng "nổi như cồn" của làng mốt với cái tên thú vị là "Candy Jones" ("Jones Kẹo Bạc Hà[14]") .

[14] Candy Jones tên thật là Jessica Arline Wilcox (1925-1990): người mẫu thời trang nổi tiếng người Mỹ vào các thập niên 1940 và 1950. Cô cũng là một tác giả viết sách, với nhiều cuốn sách bán chạy nói về thời trang và nghề người mẫu.

Tôi sẽ chia sẻ với bạn một câu chuyện khác để bạn dễ hình dung hơn, người đàn ông này đã thành công nhờ "gia vị" là một chút Cá Tính Riêng của ông ta.

Một người đàn ông tên Cooper, làm nghề kinh doanh phụ kiện thời trang hơn mười năm nay. Công việc của ông là ghé thăm các cửa hàng nhỏ có nhu cầu nhập phụ kiện thời trang từ đại lý của ông để bán. Suốt mười năm, ông gõ cửa từng cửa hàng với vài câu thuyết phục theo công thức và không khác biệt gì so với những người bán hàng khác.

Thu nhập của Cooper thì không đủ sống, ông ta liên tục bất đồng với chủ đại lý vì doanh số bán phụ kiện thời trang rất nghèo nàn.

Mùa đông năm đó, ông ta bị cảm nặng. Bác sĩ khuyên Cooper nên mang giày có ghệt[15] mắt cá để giữ ấm cho đôi bàn chân. Do đó, ông đành bấm bụng mua một đôi.

[15] Ghệt: là mảnh da hay dạ cứng để bọc và bảo vệ ống chân, được sử dụng chủ yếu như thiết bị bảo vệ cá nhân.

Hôm sau, Cooper - với đôi giày trông rất buồn cười - ghé thăm một cửa hàng bán tạp hóa để chào hàng.

“Ghệt mắt cá! Lâu lắm rồi tôi mới thấy thứ này. Tôi sẽ gọi anh là Cooper ‘Ghệt Mắt Cá’, nghe thú vị chứ!”

“Gì cũng được,” Cooper đáp với vẻ bực bội, “nhưng nhớ gọi tôi mỗi khi ông có nhu cầu mua phụ kiện thời trang!”

Khi Cooper ra về, tay chủ tiệm không quên vẫy tay chào tạm biệt và bồi thêm một câu trêu tức ông:

“Tạm biệt Cooper ‘Ghệt Mắt Cá’! Tiếc là hôm nay tôi không có nhu cầu.”

Hai tuần sau, Cooper trở lại cửa hiệu tạp hóa đó và tay chủ tiệm có vẻ thân thiện hơn sau lần chào hỏi trước.

“Chào Cooper ‘Ghệt Mắt Cá’. Hôm nay anh thế nào rồi?” Ông ta chủ động chìa tay ra và họ bắt tay nhau.

“Đây là Harry,” ông ta hướng về người phụ tá bán hàng của mình. “Còn anh ta là Cooper ‘Ghệt Mắt Cá’! Cậu nhớ rõ tên này nhé, Harry!”

Cooper nhận được một đơn hàng khá hời và một phản ứng khó tả từ khách.

Suốt năm năm quen biết, đây là lần đầu tiên tay chủ tiệm “độc mồm” này cư xử thân thiện với Cooper, và ông còn được hắn chủ động bắt tay nữa!

Từ lần đó về sau, cái tên Cooper “Ghệt Mắt Cá” đến tai nhiều người trong khu dân cư. Ông cảm thấy ngượng nghịu và khó khăn mỗi khi giới thiệu mình là Cooper “Ghệt Mắt Cá”.

“Biệt danh ‘Ghệt Mắt Cá’ của tôi là bởi thứ này,” ông vừa giới thiệu vừa chỉ xuống bàn chân của mình.

Biệt danh buồn cười của Cooper đã trở nên phổ biến. Doanh số bán phụ kiện thời trang của ông ngày một tăng và tỷ lệ thuận với thu nhập hằng tháng của Cooper. Chỉ trong một thời gian ngắn, ông tạo ra doanh thu vượt mặt những nhân viên chào hàng khác

trong đại lý cung cấp phụ kiện thời trang.

Với những khách hàng thường xuyên được Cooper gõ cửa, họ "nhớ nhung" ông ta và cảm giác trống vắng vào những ngày ông không đến chào hàng!

Năm mới đến và thời tiết bắt đầu ấm dần lên, Cooper đau đầu với việc mình có nên tiếp tục mang đôi giày ghệt mắt cá hay không.

Sau khi đấu tranh tư tưởng dữ dội, Cooper "Ghệt Mắt Cá" quyết định tiếp tục mang chúng! Ông chọn mua một đôi giày ghệt mắt cá mới nhẹ và thông thoáng hơn để phù hợp với thời tiết ấm, và tiếp tục hái ra tiền từ thương hiệu cá nhân là "Cooper Ghệt Mắt Cá".

Với biệt danh "Ghệt Mắt Cá", Cooper tạo nên một "cá tính", một "Trải Nghiệm Mới" rất riêng cho các khách hàng của ông và nó trở thành lợi thế cạnh tranh của ông trước các đối thủ khác. Nhờ đó, khách hàng có một lý do hài hước để nhớ đến người đàn ông này và họ có thể "bà tám" về ông trong những cuộc trà dư tửu hậu!

Trở thành một chủ đề thú vị, theo hướng tích cực, bạn sẽ được người ta quảng cáo miễn phí cho. Nhiều người nhớ đến, nhiều người sẽ biết và nhớ tên "thương hiệu" của bạn. Khi có việc cần, những khách hàng tiềm năng này sẽ nhớ đến và gọi cho bạn.

Đương nhiên cũng kèm theo một số phiền toái như hình ảnh Ghệt Mắt Cá không được "sang" cho lắm nên người đàn ông trong câu chuyện mới cảm thấy không thoải mái. Tuy nhiên, nếu so sánh với hiệu quả truyền thông và tác động tâm lý tích cực đến các khách hàng thì biệt danh "khó đỡ" này có thể chấp nhận vì nó chỉ là một hình dung hài hước chứ không mang cảm xúc tiêu cực về ông.

Một trường hợp khác cũng đã ứng dụng hiệu quả Phương Pháp Thôi Miên Cảm xúc, như sau:

Anh chàng H. Cao Kều làm đại diện của một nhà máy nhỏ chuyên sản xuất dụng cụ hóa học và dẫn nhiệt ở New Jersey. Anh đang chào hàng với các phòng kinh doanh, phòng kỹ thuật và ban giám đốc của nhiều công ty "máu mặt" trong lĩnh vực công nghiệp điều chế hóa chất tỷ đô này.

Nhưng nỗ lực của anh chưa mang lại kết quả đáng kể. Mặc dù H. Cao Kều là một nhân viên chào hàng có nhiều kinh nghiệm và từng rất thành công với nhiều khách hàng lớn, anh gặp khó khăn

thực sự vì các khách hàng lần này đang có nhiều sự lựa chọn khác, đối thủ đều là các nhà máy lớn và tên tuổi hơn nhà máy của H. Cao Kều.

Anh nên làm gì để các doanh nghiệp chọn mình?

Anh bắt đầu nghiên cứu phương án của những đối thủ khác và tìm cho công ty mình một hướng đi khác biệt để tiếp cận trong giao tiếp. H. Cao Kều nghĩ đến việc làm cách nào để mình trở nên thân thiện và gần gũi hơn trong mắt khách hàng?

Và điều gì dễ thương đáng yêu hơn… một CHÚ THỎ[16]! Đó là khi anh lựa chọn được nhân tố Thôi Miên Cảm Xúc là Trải Nghiệm Mới.

[16] Hình ảnh con thỏ là mô típ phổ biến trong nghệ thuật. Thỏ mang ý nghĩa Phục sinh và là một biểu tượng của sự sinh sôi, tính tình hiền lành, dễ thương, đáng yêu. Hình tượng con thỏ trắng gợi lên cảm giác thân thiện và hiền hòa. Trong lễ Phục sinh, con thỏ cũng là biểu tượng của sự an lành, sung túc. Chân sau của thỏ được xem là vật may mắn trong rất nhiều nền văn hóa.

Các sếp của H. Cao Kều đều sững sờ khi nhìn thấy con thỏ!

“Chúng ta công tác trong lĩnh vực điều chế hóa chất.”

Họ nhấn mạnh khi H. Cao Kều chọn hình ảnh đại diện cho công ty là một chú thỏ trắng.

“Lĩnh vực chúng ta kinh doanh chẳng liên quan gì đến thỏ cả! Nhà máy chỉ có kỹ sư và thợ. Họ nói chuyện với nhau bằng bản vẽ, làm việc bằng các con số và dữ liệu chính xác! Chẳng có lý do gì để con thỏ này trở thành hình ảnh đại diện cho chúng ta. Nó có thể ngộ nghĩnh, nhưng thế này thì bán hàng được cho ai đây?”

Sau một hồi tranh cãi nảy lửa, các sếp cuối cùng cũng đồng ý nhượng bộ, để cho H. Cao Kều thực hiện ý tưởng “chưa từng có tiền lệ.”

Mỗi khi gọi điện cho khách hàng hoặc đối tác, anh luôn tự xưng mình là “Thỏ Trắng”. Những tấm danh thiếp, brochure và giấy tờ của H. Cao Kều đều in hình một chú thỏ trắng chỉ tay vào tên công ty của anh, kèm với số điện thoại và các dịch vụ mà công ty chuyên cung cấp cho khách hàng.

Khi tiếp xúc trực tiếp với khách hàng, anh không quên giơ cao

ngón[17] cái và nháy mắt:

[17] Ngón cái giơ lên và bàn tay nắm lại, trong văn hóa quảng cáo Hoa Kỳ, là một cử chỉ hứa hẹn về dịch vụ tốt nhất, đảm bảo sự hài lòng và 100% thành công.

"Tôi là một chú Thỏ Trắng tháo vát!"

Tất cả nhân viên trong nhà máy, từ tiếp tân, thư ký cho đến ban giám đốc dần dần trở nên vui vẻ, thân thiện và niềm nở hơn mỗi khi H. Cao Kều có mặt. Với một hình ảnh đại diện thú vị, anh đã thổi vào công ty một luồng gió mới, phá vỡ những lề thói nhàm chán, khiến họ không còn nghĩ về anh như "một gã thỏ cao kều chỉ biết bán dụng cụ hóa học."

Họ áp dụng chính sách mới khoảng một tháng, văn phòng công ty bắt đầu sôi động hẳn lên khi chuông điện thoại reng mỗi lúc một nhiều bởi các khách hàng tiềm năng. Phần lớn họ gọi điện để hẹn gặp H. Cao Kều và yêu cầu báo giá. Và câu đầu tiên của họ, mỗi khi được bắt máy là "Chúng tôi muốn nói chuyện với người đại diện công ty, cái anh cao kều tên là 'Thỏ Trắng' ấy!"

Công ty của H. Cao Kều vươn lên, trở thành một trong những doanh nghiệp tên tuổi và uy tín nhất nước Mỹ với danh sách khách hàng không ngừng nối dài.

Dịp lễ Giáng sinh sắp đến, công ty cho thiết kế thiệp Giáng sinh với hình ảnh một Ông già Noel độc nhất vô nhị là: một chú thỏ trắng mặc bộ trang phục đỏ của Ông Già Tuyết với bộ râu trắng dưới cằm.

H. Cao Kều hài hước nói với tôi rằng, đó là Ông già Noel có đôi tai dài nhất mà mình từng thấy, và hiển nhiên đó cũng là Ông già Noel mà anh yêu thích nhất!

Mỗi khi có dịp tụ họp hay tiệc tùng, các sếp luôn bàn tán rôm rả về sự khấm khá của công ty và không ngờ Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc có thể tạo được hiệu ứng khó-tin-nhưng-có-thật với những con người chuyên làm việc với các con số khô khan và máy móc trong lĩnh vực kinh doanh này.

Chẳng có gì "khó tin" ở đây cả!

Ngành nào cũng vậy, con người luôn cần những con số và thông tin chính xác. Và đây cũng là một thông tin chính xác:

Bản thân những con số khi đứng một mình với nhau không thể tạo thành chất xúc tác gây nên cảm xúc cho con người. Vì vậy, chúng ta cần một điều gì đó "trung gian", có thể kết nối giữa những thứ "vô hồn" và "cảm xúc" của con người. Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc sẽ giúp bạn tìm ra giải pháp tối ưu để kết nối và giao tiếp với khách hàng hiệu quả!

Tâm trí chúng ta luôn bận rộn và đầy ắp những suy nghĩ khác nhau, nên thủ thuật vận dụng Trải Nghiệm Mới hoặc bất kỳ cách thức giao tiếp nào tác động được vào Bộ Tứ Quyền Lực trong Tử Huyệt Cảm Xúc đều có thể được áp dụng theo tùy trường hợp, từ các tình huống cá nhân, công việc, kinh doanh cho đến trong các lĩnh vực chuyên môn - kể cả nha sĩ!

Bạn có hay đi khám răng không?

Chúng ta đều sẽ đến nha sĩ vài ba lần trong đời. Mỗi khi cần đi khám răng, chúng ta không biết nên đi nha sĩ nào "mát tay" sẽ nhổ răng không đau mà giá lại phải chăng. Chúng ta đi hỏi lòng vòng, ghé địa chỉ này rồi sang địa chỉ kia, chỉ để tìm hiểu hoặc hỏi giá.

Đã bao nhiêu lần chúng ta gặp các nha sĩ, hỏi xong, hứa hẹn sẽ quay lại, mặc dù thực tế thì "hôm nào đó" là một câu trả lời uyển chuyển với ý nghĩa rằng "tôi sẽ không đến nữa". Điều tế nhị hơn là nhiều người đã chọn được một nha sĩ, để ông ấy khám và chữa răng cho mình, nhưng sau đó lại vô tình gọi nhầm tên hoặc so sánh với một nha sĩ khác.

Trong bất cứ lĩnh vực nào, người ta đều có hệ thống kênh thông tin để kết nối với nhau, y học và sức khỏe cũng vậy, các nha sĩ sẽ liên hệ và giới thiệu bệnh nhân cho nhau. Nhưng họ thừa nhận rằng, mỗi khách hàng đến phòng khám chính là cơ hội để vị nha sĩ đó có thêm một bệnh nhân mới hoặc khách hàng trung thành về lâu dài.

Thật không may! Rất nhiều nha sĩ không được đào tạo về kỹ năng bán hàng hay kinh doanh, nên họ chưa vận dụng được Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc để biết cách giữ chân những người khách hàng tiềm năng này. Họ đã đánh mất bao nhiêu cơ hội quý giá mặc dù kỹ năng chuyên môn của họ rất giỏi.

Như câu chuyện sau đây mà tôi sẽ kể cho bạn:

Ông Z. là một nha sĩ có thâm niên. Ông là người ít nói và nhút nhát mỗi khi gặp người lạ. Phòng khám răng của ông nằm ở vị trí

thuận lợi trên một đại lộ, và hầu hết bệnh nhân của ông đều là những trường hợp vô tình bước vào hỏi giá như đã kể trên. Ông là một nha sĩ yêu nghề và giỏi chuyên môn, nhưng suốt nhiều năm công tác, ông Z. đã đánh mất rất nhiều khách hàng tiềm năng - những người bước vào rồi lại bước ra và không quay trở lại - vì ông thiếu kỹ năng Thôi Miên Cảm Xúc.

Thế nên, nha sĩ Z. quyết định tạo ra một "Trải Nghiệm Mới" giúp ông vượt qua bản tính nhút nhát của mình mỗi khi gặp người lạ và tương tác với bệnh nhân được tốt hơn. Ông áp dụng "Trải Nghiệm Mới" này với tất cả khách hàng, từ người mới cho tới những người quen đến khám răng định kỳ. Sáng tạo mới của ông Z. được gọi là "Bệnh sử cá nhân".

Bất kể khách quen hay người mới, một khi họ bước chân vào phòng khám răng, ông Z. sẽ làm cho mỗi người một bộ hồ sơ "Bệnh sử cá nhân", và kể cả khi những người đến chỉ để thực hiện những chỉnh sửa nha khoa rất nhỏ, cũng không ngoại lệ.

Hai chữ "Cá nhân" đã đánh động vào Tử Huyệt Danh Tiếng của mỗi người đến phòng khám; chúng tạo nên sự tin cậy, cảm giác được chăm sóc kỹ lưỡng và đặc biệt với mỗi người đã khiến cho những ai từng đến đây đều có cảm giác được đối xử như những người khách quan trọng (V.I.P).

Ông sẽ kiên nhẫn trò chuyện với khách hàng, khi họ thực sự thấy thoải mái và hoàn toàn tin tưởng, ông Z. mới mời họ ngồi lên ghế khám răng. Khi đó, ông sẽ xem lại "Bệnh sử cá nhân" để tìm hiểu căn nguyên vấn đề răng miệng cũng như xác định phương pháp chữa trị tốt nhất một cách rõ ràng và công khai trước mặt bệnh nhân.

Nhờ vào sáng kiến này, những ai đã bước vào phòng khám nha khoa của ông Z. - bất kể khách quen hay người mới - đều không muốn chuyển qua nơi nào khác nữa. "Bệnh sử cá nhân" giúp họ dễ dàng nhớ được những lời khuyên và chi phí chăm sóc của bác sĩ; thuận lợi và thân thiện hơn nhiều so với những dịch vụ chăm sóc sức khỏe phức tạp, nặng tính kỹ thuật và những lời khuyên đầy rẫy thuật ngữ chuyên môn khó hiểu ở các nơi khác.

Những hồ sơ "Bệnh sử cá nhân" giúp nha sĩ Z. gìn giữ thông tin cá nhân riêng tư của khách cũng như giúp gia tăng uy tín nghề nghiệp của chính ông. Không những thế, chúng làm nên một "cá tính riêng" của ông so với những người khác trong nghề, giúp nhiều người nể trọng và nhớ đến ông.

Những người mới đến quyết định trở thành khách hàng trung thành của nha sĩ Z. không chỉ vì giá cả dịch vụ hợp lý mà còn vì uy tín và chuyên môn nha khoa của ông. Về mặt cảm xúc, sáng kiến "Bệnh sử cá nhân" của ông Z. đã giúp thiết lập mối giao cảm với từng bệnh nhân - một mối quan hệ thân tình giữa bệnh nhân và bác sĩ, khiến họ muốn ở lại và cảm thấy hài lòng hơn hẳn so với những nơi khác - nơi chỉ đơn thuần làm tròn trách nhiệm và vô cảm.

Đối với cá nhân nha sĩ Z., hồ sơ "Bệnh sử cá nhân" là một công cụ hữu hiệu giúp ông vượt qua sự nhút nhát để khởi đầu cuộc trò chuyện và tư vấn cho bệnh nhân. Nha khoa là chuyên môn của ông, nên bộ hồ sơ giúp ông dễ dàng lấy lại sự tự tin để bắt chuyện với những bệnh nhân tiềm năng. Nhờ đó mà kỹ năng giao tiếp, thể hiện bản thân và chuyên môn nghề nghiệp của ông Z. cũng tiến bộ hơn hẳn, giúp ông làm chủ được phong thái và cảm xúc của mình, cũng như nắm bắt và xử lý tốt những cảm xúc ở bệnh nhân như sự lo lắng, hồi hộp, đau đớn hay thoải mái.

Cho đến hôm nay, hầu hết những khách hàng của ông Z. đều do giới thiệu. Nhưng đồng thời, sáng kiến "Bệnh sử cá nhân" - một Trải Nghiệm Mới do ông nghĩ ra - cũng không ngừng mang lại thu nhập khủng cho ông, giúp ông "hô biến" tất cả những người mới đến thành khách quen!

Sau đây là một câu chuyện khác ở miền Tây, nói về một vị nha sĩ đã thu hút được hàng nghìn người đến phòng khám của mình chỉ bằng HAI Từ tạo hiệu ứng Thôi Miên Cảm Xúc!

Một nha sĩ tên Parker mở phòng khám nha khoa trong một khu dân cư vốn đã có rất nhiều phòng khám khác tương tự. Cũng giống như Parker, họ treo biển hiệu thật nổi bật với nội dung nhấn mạnh học vị và bằng cấp của nha sĩ. Nếu nhìn từ bên ngoài, tất cả các phòng khám nha khoa đều na ná nhau.

Nhằm mục đích tạo lợi thế cạnh tranh cho mình, thu hút khách mới đến và khiến mọi khách hàng phải nhớ đến mình, Parker quyết định đổi nội dung biển hiệu của mình thành:

"Nha sĩ Parker chữa răng - Bảo Đảm KHÔNG ĐAU."

Chỉ một thay đổi nhỏ như vậy thôi, mà bệnh nhân ùn ùn kéo đến đông tới nỗi ông phải thuê thêm vài nha sĩ khác phụ mình! Không lâu sau đó, ông có đủ vốn để mở một chuỗi phòng khám nha khoa của riêng mình với thương hiệu "Nha sĩ Parker chữa răng - Bảo

Đảm KHÔNG ĐAU." Chuỗi phòng khám của ông thành công đến nỗi ông giao lại việc khám răng cho những nha sĩ dưới quyền để tập trung vào việc quản lý và cố vấn chuyên môn.

Hai từ "KHÔNG ĐAU" đã tạo nên một "Trải Nghiệm Mới" mà bất kỳ ai có nhu cầu khám răng cũng khao khát. Thứ nhất, đó là một thương hiệu mới lạ và có-một-không-hai với một nha sĩ thời bấy giờ. Khác biệt này đã gây chú ý với đám đông, khơi gợi được sự tò mò, tạo ấn tượng dễ nhớ và đánh thẳng vào Tử Huyệt Bản Thân, tức nỗi sợ đau của mỗi người.

Đó là một lời đảm bảo mà hầu hết những người đi khám răng đều muốn nghe từ nha sĩ TRƯỚC KHI họ có đủ dũng khí để ngồi lên ghế chữa răng!

Theo như tôi tìm hiểu thì từ đó đến nay, chưa có người khách nào phàn nàn về việc chất lượng khám răng của Parker có tương xứng với hai từ "Không Đau" mà anh quảng cáo hay không, nhưng tôi được biết là anh ta vừa đi làm thủ tục để đổi tên thật của mình thành "Không Đau" luôn cho tiện!

Người ta gọi anh bằng cái tên đó nhiều đến nỗi chính anh cũng gần như quên mất tên thật của mình!

"Trải nghiệm Mới" thuộc Tử Huyệt Tình Yêu là một gia vị cảm xúc nhiệm màu, có thể khơi gợi sự yêu thích từ bất cứ ai đối với một con người, một sản phẩm, một công ty hoặc một hành động bất kỳ. Nó là một Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc đánh trúng tâm lý thích cái mới hoặc thói "ham của lạ" cố hữu của con người: gây chú ý, mở mang tư duy, và khơi gợi ký ức của người bị tác động.

Một lời mắng yêu, một cử chỉ tinh tế, một phong thái nói chuyện mới lạ, một kiểu tóc hay phụ kiện thời trang xinh xắn, một thương hiệu, tiêu đề, hoặc một tấm danh thiếp, dù nhỏ cũng có thể khiến cho người đối diện quan tâm và phấn khích nếu chúng hàm chứa một liều lượng Trải Nghiệm Mới đủ mạnh!

Có hai anh chàng nọ khởi nghiệp kinh doanh dịch vụ in ấn và photocopy. Nếu không có gì đặc biệt, họ cũng chỉ là "hai gã in ấn và photocopy" như những người khác cùng nghề. Các ấn phẩm quảng cáo và danh thiếp của họ được thiết kế với hình ảnh những chú mèo rất dễ thương. Bên cạnh những chú mèo là dòng chữ:

"Chúng tôi là những kẻ sao chép chuyên nghiệp[18] - và rất yêu nghề!"

[18] Đây là một phép chơi chữ của người Mỹ. Nguyên văn câu này là "We're copycats", trong đó từ "copycats" nghĩa là "những người chuyên sao y hay bắt chước". Tuy nhiên, từ "cats" trong tiếng Anh còn có nghĩa là những chú mèo. Thế nên hai anh chàng mới lấy "những chú mèo" làm hình ảnh đại diện cho thương hiệu và khiến khách hàng liên tưởng đến mình một cách dễ dàng.

Hình ảnh những chú mèo tạo gây chú ý và gợi sự liên tưởng vô cùng hiệu quả, giúp hai anh chàng tạo ra một Trải Nghiệm Mới thú vị khiến khách hàng dễ dàng ghi nhớ ngay đến tên tuổi và nghề nghiệp của họ!

Trải Nghiệm Mới cũng có thể ứng dụng cho cả những lĩnh vực hay nghề nghiệp nghiêm túc như giáo dục, kinh doanh, các công việc chuyên môn kỹ thuật, thậm chí là trong các mối quan hệ gia đình thân thuộc. Nó giúp tạo nên giá trị cộng thêm cũng như những cảm xúc mới lạ và thú vị cho các học viên, khách hàng, bệnh nhân và khán giả, xui khiến họ lắng nghe, ngắm nhìn, suy nghĩ và bàn tán về bạn một cách tự nguyện!

Bing Crosby, Frank Sinatra, Perry Como, Nat "King" Cole, Pat Boone[19] và nhiều danh ca khác của thập niên năm mươi sẽ mãi được công chúng nhớ đến bởi phong cách biểu diễn độc đáo của họ.

[19] Đây đều là các nam ca sĩ nổi tiếng của Mỹ vào thập niên 1950.

Thử nhớ lại xem! Đâu là những điểm khiến cho bạn yêu thích và nhớ về họ?

Rõ ràng là họ có những điểm đặc biệt nổi trội nhất định nên bạn mới yêu thích "họ" chứ không phải bất kỳ nghệ sĩ nào khác!

Mỗi khi Al Jolson[20] cất tiếng hát, bạn có thể ngất ngây thưởng thức phần trình diễn của ông mà chẳng cần mở mắt để nhìn thấy ông. Dù nhắm mắt lại, khán giả vẫn có thể nhận ra giọng hát đặc trưng của Jolson - chứ không phải Horsewhistle hay ai khác! Ông sở hữu một giọng ca Thôi Miên Cảm Xúc độc đáo và không giống bất kỳ ai!

[20] Al Jolson (1886-1950): tên thật Asa Yoelson, nam danh ca kiêm diễn viên người Mỹ gốc Do Thái. Phong cách biểu diễn cởi mở và mạnh mẽ của ông chính là cảm hứng của nhiều danh ca thế hệ sau như Bing Crosby, David Bowie và Bob Dylan.

Nữ danh ca Édith Piaf[21] đã xây dựng cho mình một sự nghiệp ca

hát lẫy lừng và một lượng người hâm mộ cuồng nhiệt trên toàn thế giới. Bà từng biểu diễn ở những sân khấu thượng lưu như Waldorf-Astoria[22].

[21] Édith Piaf (1915-1963): nữ diva hàng đầu nước Pháp thập niên 1950 và 1960. Bà được xem là một trong những nghệ sĩ vĩ đại nhất mọi thời đại của nước Pháp, được biết đến qua các bài hát kinh điển như La Vie en Rose, Non, je ne regrette rien...

[22] Waldorf Astoria: là một khách sạn sang trọng ở Midtown Manhattan, thành phố New York. Một biểu tượng của sự quyến rũ và sang trọng.

Bà nổi tiếng có phải nhờ những bộ cánh lấp lánh đắt tiền? Kiểu tóc thời thượng? Thân hình quyến rũ? Hay những đôi giày cao gót triệu đô?

Không hề!

Édith Piaf hát với một chiếc đầm đen mộc mạc và kiểu tóc giản dị. Bà luôn mang giày đế bằng, chủ yếu là sandal hở ngón và không có gót.

Cùng với một dàn nhạc hàn lâm với những nhạc công, nhạc sĩ mặc trang phục trang trọng và có trình độ cao, những màn trình diễn của Édith Piaf khiến khán thính giả phải nín thở và đắm say từ đầu đến cuối!

Chưa kể, những màn múa minh họa điệu nghệ của chương trình bên cạnh những tên tuổi ngôi sao trên sân khấu đã tạo nên một sắc thái độc đáo và một "cá tính rất riêng" cho cả buổi biểu diễn.

Cá tính riêng?

Đó chính là Ted Lewis[23] với chiếc mũ trông rất bụi bặm và câu nói thương hiệu: "Tối nay mọi người vui vẻ chứ?"; là Eddie Cantor mắt to vui nhộn và những câu chuyện hóm hỉnh về các cô con gái của ông; Jimmy Durante với chiếc mũi to đặc trưng và một phong cách diễn hài không giống ai giúp ông tỏa sáng trên sân khấu; Guy Lombardo với những khúc nhạc trầm bổng diệu kỳ làm say mê hàng triệu người; cách chào "ậm ừ" của Lawrence Welk[24] đã giúp chương trình truyền hình của ông đạt kỷ lục trên truyền hình và ông trở thành một cái tên có sức ảnh hưởng vô cùng lớn đối với khán thính giả đại chúng.

[23] Theodore Leopold Friedman: được biết đến với cái tên Ted Lewis,

là một nghệ sĩ giải trí, nhạc sĩ, ca sĩ và nhạc sĩ người Mỹ. Những tác phẩm của ông là một sự kết hợp giữa nhạc jazz và hài kịch. Ông được biết đến với biệt danh là "Ngài Giải Trí" hay Ted "Tối nay mọi người vui vẻ chứ?".

[24] Lawrence Welk: nổi tiếng với phần chào "À, ồ, alô một, ha, ba" được phát bằng máy hát đĩa mỗi khi bắt đầu chương trình.

The Lawrence Welk Show: là một chương trình tạp kỹ âm nhạc truyền hình Mỹ do nhạc trưởng dàn nhạc lớn là Lawrence Welk tổ chức. Chương trình được phát sóng tại Los Angeles trong bốn năm, từ 1951 đến 1955, sau đó được phát trên kênh ABC toàn quốc thêm 16 năm, và tiếp tục phát 11 năm nữa.

Mỗi khi người dẫn chương trình cất tiếng:

"Hãy cùng nhún nhảy và lắc lư với..."

Hàng nghìn khán giả bên dưới ngay lập tức đáp lại:

"... Sammy Kaye!"

Suốt nhiều năm, không ai biết đến Paul Whiteman cho đến khi ông trình diễn bản nhạc jazz bất hủ Rhapsody in Blue của George Gershwin.

Tất cả họ đạt đến đỉnh cao danh vọng đều nhờ vào "cá tính riêng" của mỗi người - thứ mang lại cho công chúng những Trải Nghiệm Mới mà không một ai khác làm được. Thông thường, Trải Nghiệm Mới trong Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc hiệu quả nhất nếu bạn thực hiện nó một cách "tự nhiên" và "không hoàn hảo", tức không cố "gồng" để khoác lên mình một cái gì đó kỳ lạ mà vốn không phải tính cách của bạn.

Nếu hoàn hảo thì chẳng có gì để nói. Thực tế, sự hoàn hảo không tì vết ít khi gây được sức hút mạnh mẽ lâu dài bởi người ta thường cảm thấy nó "giả tạo".

Trong khi đó, sự tự nhiên và không hoàn hảo có thể đánh động giác quan và giúp khơi gợi sự chú ý của bất kỳ ai.

Chẳng hạn, bạn quen cô nàng Doris nhiều năm nay. Son môi của cô ấy thì lúc nào cũng được tô vẽ "không một vết lem", mái tóc cô ấy lúc nào cũng "chuẩn không cần chỉnh", khuôn mặt cô ấy luôn được phủ phấn "dày không tì vết", trang phục và phụ kiện thì luôn

“chỉn chu như ma nơ canh trong shop thời trang.” Doris hoàn hảo đến mức bạn không chê vào đâu được, đến nỗi bạn không có gì để nói ngoài khen “hoàn hảo”.

Buổi sáng nọ, bạn vô tình chạy xe ngang nhà cô ấy. Bạn nhìn thấy cô bạn Doris-không-tì-vết đang đi đổ rác! Tóc cô ấy quấn ống lô to, mặt “mộc” không một chút phấn son.

Đây là Doris sao?

Chính lúc này - bạn không còn nghĩ về cô ấy như một ma nơ canh di động, mà là một con người. Sự không hoàn hảo cũng khiến bạn cảm thấy cô ấy tự nhiên và gần gũi hơn!

Một chút không hoàn hảo hoặc tì vết có thể gây hiệu ứng về cảm xúc mạnh mẽ không thua gì tin sốt dẻo trên tờ báo buổi sáng.

“CƯỚP NHÀ BĂNG!” Nghe có vẻ hấp dẫn.

“NHÀ BĂNG BỊ ‘KHOẮNG’ SẠCH! ” Chúng ta bị thu hút hơn hẳn!

Tất cả những người dẫn chương trình hoặc MC nổi tiếng đều có một phong cách hoặc cá tính riêng, khiến cho khán giả phải nhớ đến họ.

Các chương trình truyền hình hoặc phim quảng cáo được nhiều người yêu thích có đặc điểm là khả năng lăng xê cả sản phẩm lẫn con người. Hầu hết các đoạn phim quảng cáo và các chương trình thành công khi họ biết cách biến người xem thành một phần trong câu chuyện hoặc cuộc chơi của họ. Như trường hợp của Arthur Godfrey[25] “đá xéo” sản phẩm lẫn nhà tài trợ của mình một cách khéo léo và dí dỏm trên truyền hình, ông ta không chỉ khiến cho sản phẩm “bán đắt như tôm tươi” nhờ thu hút được sự chú ý của công chúng, mà hành động này còn giúp ông trở thành ngôi sao truyền hình kiêm đài phát thanh.

[25] Arthur Morton Godfrey (1903-1983): phát thanh viên người Mỹ, thường được biết đến với biệt danh “Gã Tóc Hung Già”. Ông được xem là nghệ sĩ truyền hình nổi tiếng nhất nước Mỹ vào những năm 1950.

Phong cách trò chuyện với khán thính giả của ông thoải mái, thân mật như thể ông đang nói chuyện chỉ với một người. Ông cũng sử dụng phong cách này để làm quảng cáo và trở thành một ngôi sao trong lĩnh vực bán hàng. Doanh số của các nhà tài trợ thực sự tăng lên sau những trò đùa của Godfrey.

Đôi khi, ông sẽ đọc một kịch bản của công ty quảng cáo trên truyền hình và "đá xéo" họ, hoặc thêm vào những lời bình luận ngoài lề về sản phẩm hay công ty đó. Hai thương hiệu lớn "ưa thích" phong cách này của ông là Thuốc lá Chesterfield và Trà Lipton.

Vở nhạc kịch Aida[26] được diễn đi diễn lại nhiều lần bởi nhiều nghệ sĩ khác nhau. Nhưng vở mà tôi nhớ nhất là một màn trình diễn kém hoàn hảo nhất!

[26] Aida là một vở nhạc kịch nổi tiếng gồm bốn màn do nhà soạn nhạc lừng danh Giuseppe Verdi sáng tạo và Antonio Ghislanzoni viết lời. Vở opera lấy bối cảnh chính ở Ai Cập cổ đại với nhân vật chính là Aida, công chúa xứ Ethiopia. Aida được công diễn lần đầu vào tháng 12 năm 1871 ở nhà hát opera Khedivial.

Các nhạc công thổi kèn trumpet đứng ngay hàng thẳng lối trên sân khấu và sẵn sàng trình diễn. Người nhạc trưởng điều khiển cả dàn nhạc biểu diễn giai điệu Hành Khúc Chiến Thắng (Triumphal March). Nhưng không may là ca sĩ hát chính vẫn chưa có mặt.

Trước sự cố bất ngờ, người nhạc trưởng phải ra hiệu cho dàn nhạc tạm ngừng bằng cách gõ chiếc gậy chỉ huy của mình. Ông và dàn nhạc phải chơi đi chơi lại khúc mở đầu những bốn lần thì ca sĩ chính mới xuất hiện và tiết mục được tiếp nối!

Đôi khi, sự xuất hiện của một chi tiết hoặc tình huống không tưởng có thể phát huy năng lượng cảm xúc cực kỳ mãnh liệt về Trải Nghiệm Mới.

Vào một ngày đẹp trời ở một thành phố miền Đông, khách bộ hành lẫn các tài xế xe cơ giới bất ngờ đổ dồn sự chú ý vào một chiếc xe tải nhỏ. Lý do là vì đằng sau chiếc xe gắn một biển hiệu với nội dung:

"TÀI XẾ MÙ LÁI XE!"

Mọi con mắt trên đường phố đều đổ dồn vào chiếc xe vì không ai tin nổi, làm sao có thể lái xe mà không nhìn thấy đường kia chứ!

Đến khi họ chạy trước đầu xe thì mới nhận ra đó là một biển quảng cáo chơi chữ của một công ty chuyên sản xuất màn sáo[27], bên cạnh dòng quảng cáo ấn tượng là thông tin và địa chỉ của họ.

[27] Trên bảng quảng cáo ghi là "A blind man is driving is truck", còn màn sáo trong tiếng Anh là "venetian blind". Công ty này đã sử dụng yếu tố gây kích thích cảm xúc là "mù" (blind) để viết dòng quảng cáo

ấn tượng này.

Những mối lo toan trách nhiệm hằng ngày không ngừng nhấn chìm chúng ta trong sự nhàm chán tẻ nhạt.

Chúng ta bận rộn với những điều mà lý trí của chúng ta cho là đúng nhưng về mặt cảm xúc, chúng khiến bạn mệt mỏi và ngán ngẩm!

Hằng ngày, chúng ta đều thực hiện những sinh hoạt thường nhật như: đánh răng, rửa mặt, chải tóc với cách thức tựa tựa nhau, cùng ăn những loại thức ăn như nhau với thời điểm ba bữa cũng gần như trùng nhau. Mỗi ngày, chúng ta đi học, đi làm rồi về nhà trên cùng một con đường, lầm bầm những điều na ná nhau, các thú vui chơi cũng không có gì quá khác biệt.

Những sự kiện, thói quen, suy nghĩ lặp đi lặp lại bào mòn đầu óc, khiến chúng ta không nhận ra những chân trời tươi đẹp hiện hữu ngay xung quanh mình.

Do vậy, khi bạn đánh động được những thói quen tẻ nhạt của đối phương bằng một "cá tính riêng" độc đáo, đóng vai trò là một Trải nghiệm Mới chưa từng có trong đời họ, bạn sẽ khơi dậy được cảm xúc tích cực nơi họ: từ sự yêu thích, đồng thuận, chấp nhận, cho đến đam mê, hành động và mua hàng của bạn.

Tạp chí Life từng đăng tải một bài viết thú vị về mười hai siêu mẫu hàng đầu nước Mỹ. Trong đó, tác giả David Scherman viết rằng:

"Mặc dù cả mười hai cô đều có hàm răng đẹp, nhưng họ rất ít khi cười. Mặc dù họ đều có làn da tuyệt mỹ, nhưng chính cấu trúc xương mang vẻ đẹp châu Âu cổ điển đã làm nên tên tuổi của họ.

Vì thế, họ chẳng giống người Mỹ tí nào!

Nhưng cũng vì thế, họ giúp các công ty bán được nhiều xà phòng, mỹ phẩm, dầu gội đầu, trang sức, nước hoa, sơn móng tay, máy phát thanh, máy hút bụi và xe hơi hơn bất kỳ người phụ nữ Mỹ nào khác!"

Người Mỹ đã quá quen thuộc với những đường nét trên gương mặt nhau. Chỉ cần bạn cho họ thấy một "nét đẹp ngoại quốc" khác biệt với những ngoại hình họ thấy thường ngày, họ sẽ chú ý ngay lập tức!

Một trong các học viên của tôi cảm thấy lo lắng và có phần xấu hổ bởi cách phát âm tiếng Anh như tiếng Pháp của mình. Tôi khuyên cô ấy không có gì phải lo lắng. Nếu cố gắng thay đổi chất giọng Pháp đặc trưng của mình, cô ấy sẽ đánh mất nét duyên dáng rất riêng có thể mang lại Trải nghiệm Mới và cảm giác thú vị cho những ai tiếp xúc với cô. Đó sẽ là một Cá Tính Riêng có khả năng Thôi Miên Cảm Xúc; nó giúp mọi người chú ý và nhớ đến cô ấy nhiều hơn.

Do vậy, bạn không có gì phải ngại ngùng. Hãy giải phóng trí tưởng tượng, sự sáng tạo của bạn và mạnh dạn làm những điều mình thích!

Hãy sáng tạo và xây dựng một cá tính riêng cho mình! Dám khác biệt! Đừng ngại thử những món ăn mới, thử sức với những thú vui mới, thể nghiệm những phong cách và tư duy mới và làm quen với những con người mới!

Hãy ứng dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc này một cách có ý thức!

Những Trải Nghiệm Mới sẽ giúp bạn làm giàu thêm kiến thức, tiếp thu những quan điểm và tư duy mới, cải thiện tính cách bản thân và nâng cao khả năng thuyết phục người khác.

"Sự khác biệt giữa người này với người kia là rất nhỏ," William James[28] từng phát biểu. "Vì vậy, những điểm khác biệt nhỏ nhoi lại vô cùng quan trọng!"

[28] William James (1842-1910): nhà triết học kiêm nhà tâm lý học người Mỹ. Ông được xem là một trong những triết gia có ảnh hưởng nhất ở Hoa Kỳ, đồng thời được vinh danh là "Cha đẻ của ngành tâm lý học Hoa Kỳ".

Hãy biến sự khác biệt bé nhỏ đó trở thành yếu tố Thôi Miên Cảm Xúc!

Hãy tạo cho mình một cá tính riêng, một tính cách mang đậm dấu ấn cá nhân không lẫn với ai khác được!

Một khi bạn hiểu rõ ưu điểm của bản thân, điều gì khiến bạn khác biệt một cách tự nhiên nhất mà vẫn là chính mình, bạn sẽ có khả năng sáng tạo và mang Trải Nghiệm Mới đến cho mọi người xung quanh. Và kỹ năng này sẽ mang lại một sự thay đổi tích cực LỚN trong cuộc sống của chính bạn!

Xin chúc mừng, bạn đã nắm bắt được bộ ba Tuyệt Kỹ Độc Môn của Tử Huyệt Tình Yêu rồi đấy:

1. Sự hấp dẫn Giới tính và Khao khát kết hôn;

2. Lời hứa hẹn về Tương Lai;

3. Trải Nghiệm Mới.

Giờ đã đến lúc chúng ta khám phá bản chất, động cơ, những khao khát và nỗi sợ của Tử Huyệt Danh Tiếng - một trong Bộ Tứ Quyền Lực của Tử Huyệt Cảm Xúc khiến cho cuộc sống con người, hoặc hạnh phúc tột cùng hoặc điêu đứng thảm hại.

Chương 7

VẬN DỤNG TỬ HUYỆT DANH TIẾNG ĐỂ GẶT HÁI THÀNH CÔNG TRONG CUỘC SỐNG

Suốt những năm đầu phát hành tờ tạp chí Theatre nổi tiếng của mình, Paul Meyer thường xuyên rơi vào tình cảnh rỗng túi. Để có tiền xuất bản tạp chí, ông buộc phải chi tiêu dè sẻn và cắt giảm nhiều khoản chi trong sinh hoạt hằng ngày.

Tuy nhiên, có duy nhất một sở thích mà ông không bỏ được: thưởng thức các buổi trình diễn ở nhà hát opera Metropolitan.

Dù Paul được mệnh danh là "Bạn Thân của Hàng Nghìn Người Nổi Tiếng", chẳng mấy ai biết về tình trạng nghèo túng thực sự của ông. Những gì họ biết về ông là chất giọng Pháp đặc sệt, một khiếu hài hước rất riêng, một chiếc gậy ba toong đặc trưng và tình yêu nhạc kịch vô bờ bến.

Paul Meyer kể tôi nghe rằng, trong những năm đầu thế kỷ XX, khán giả của nhạc kịch hay opera phần lớn đều thuộc tầng lớp quý tộc thượng lưu.

"Chỉ những quý ông lịch lãm, áo quần chỉn chu, đội mũ lụa và mang găng tay trắng mới được phép bước chân vào nhà hát," Meyer nói.

Còn với các quý bà, nhà hát là nơi để chị em trình diễn và so kè nhan sắc bằng những bộ cánh lấp lánh đắt tiền, trang sức kim cương, áo lông thú và phụ kiện thời trang thời thượng.

Xa xỉ hơn, mỗi bộ cánh đắt đỏ chỉ được chủ nhân diện đúng một

lần, để rồi các quý cô sẽ vứt hoặc đem chúng cho người hầu. Cô người hầu tiếp tục diện bộ cánh đắt tiền này để ganh đua với các hầu gái khác trong những dịp đặc biệt.

Nếu quý cô nào mặc một bộ cánh đến hai lần, họ sẽ trở thành chủ đề bàn tán không dứt kèm theo những lời mỉa mai về độ "nghèo túng" của cô ta.

Sẽ là cú sốc tâm lý đau đớn cực lớn đối với một quý cô khi mất hàng trăm nghìn đô la và nhiều tuần liền lựa chọn, chuẩn bị chu đáo bộ cánh lộng lẫy, rồi phát hiện ra một bà chị khác ở đó cũng mặc một bộ "hàng độc" y chang như mình. Meyer nói rằng mỗi khi tình huống như thế xảy ra, thiên hạ sẽ được chứng kiến vở hài kịch cười ra nước mắt giữa các vị khách xinh đẹp móc mỉa nhau để xem ai là kẻ bắt chước và kém "sang" hơn người còn lại. Cao trào họ có thể tạo ra dữ dội và kịch tính đến nỗi có thể lấn át cả những màn trình diễn trên sân khấu.

Các buổi diễn ở Metropolitan nổi tiếng với sự đầu tư hoành tráng và xa hoa.

"Ngay cả các bà, các cô ưa buôn chuyện nhất, soi mói đến 'chân tơ kẽ tóc', cũng phải chăm chú theo dõi 'nhất cử nhất động' trên sân khấu. May mắn thay, bóng tối trong nhà hát không cho phép họ tiếp tục nhìn thấy nhau để mà ghen ăn tức ở nữa!"

Mọi thứ trong nhà hát opera Metropolitan đều hài hòa trong một tổng thể cao sang, gắn liền với danh tiếng của nó. Ngoại trừ ấn phẩm chương trình biểu diễn là một tờ giấy được in ấn xuề xòa trên chất liệu giấy rẻ tiền.

Một đêm diễn nọ ở nhà hát, Paul Meyer đến xem kịch trong bộ trang phục được chăm chút kỹ lưỡng với đôi găng tay trắng muốt. Ông vừa theo dõi vở kịch vừa xem đi xem lại tờ giới thiệu chương trình. Mực in kém chất lượng của nó lem lên đôi găng tay trắng của ông, để lại những vệt xám "nhức mắt".

Mỗi khi ông lật xem, đôi găng tay lại dính thêm vết bẩn. Cứ như thế cho đến hết buổi diễn, các đầu ngón tay trên đôi găng của Meyer đã đen kịt.

Ông đành phải đổi tư thế ngồi, úp hai bàn tay lên đùi để giấu đi các đầu ngón tay bị bẩn. Nhìn quanh, Meyer nhận ra các quý ông khác cũng hành động tương tự.

Meyer than phiền điều này với John Brown, viên quản lý của nhà

hát.

“Tôi rất phiền lòng, ông bạn à. Tôi vào đây với một đôi găng tay trắng tinh. Nhưng giờ thì… chúng thế này đây!”

Ông vừa nói vừa chìa mười đầu ngón tay đeo găng đã xám xịt của mình ra.

“Tôi rất lấy làm tiếc, Paul ạ! Hình như anh làm việc trong ngành xuất bản.” Brown mỉm cười. “Anh có biết cách nào để giúp chúng tôi in những ấn phẩm chất lượng hơn không?”

Meyer gật đầu.

Ngày hôm sau, ông gọi điện thoại cho Otto H. Kahn, Tổng giám đốc nhà hát opera Metropolitan lúc bấy giờ, và có được một cuộc hẹn vào tuần kế tiếp. Trong thời gian chờ đến ngày hẹn, Meyer đã soạn thảo khung chi tiết cho chiến dịch làm lại ấn phẩm quảng bá cho nhà hát.

Khi Kahn nghiên cứu bản kế hoạch, ông ta tỏ vẻ rất hào hứng, nhưng câu trả lời của ông lại khiến Meyer ngập ngừng. Ông nói rằng việc làm lại ấn phẩm giới thiệu chương trình đòi hỏi nhà hát phải chi tiền cho quảng cáo và cần đến 27.500 đô la mỗi mùa cho việc ký hợp đồng.

Tuy nhiên, Paul Meyer không để cho khuôn mặt thất vọng của ông Kahn khiến mình chùn bước. Ông bảo đảm với Kahn rằng ông sẽ xem xét vấn đề này thật kỹ lưỡng.

Thực lòng thì Meyer cũng đang vò đầu bứt tai. Bản thân ông cũng đang sống trong cảnh túng thiếu, lấy đâu ra 27.500 đô la cho việc in ấn quảng cáo? Chưa kể, đây còn là một ý tưởng chưa từng có tiền lệ.

Ông chỉ có hai lựa chọn: hoặc hoàn tất kế hoạch này ngay lập tức, hoặc thông báo sớm cho ông Kahn là họ quyết định từ bỏ dự án. Meyer biết rằng Ban giám đốc nhà hát sẽ không dành thêm thời gian để nghe về một ý tưởng không-giống-ai mà không đưa ra được giải pháp.

Nhà hát opera Metropolitan có thể là một thánh đường nghệ thuật, nhưng không dành cho những điều không tưởng!

Thánh đường ư?

Đây có vẻ là danh từ chính xác để miêu tả về tầm vóc của nhà hát lúc bấy giờ. Chỉ có những khán giả thực sự đặc biệt mới quan tâm đọc những ấn phẩm của Metropolitan!

Meyer nhanh chóng liên hệ với tất cả những nhà quảng cáo mà ông biết. Ông giới thiệu súc tích về chương trình biểu diễn của nhà hát với từng người mình gặp.

Ông nói với họ rằng:

"Các ông cũng biết, Metropolitan không chỉ là một nhà hát opera, mà nó còn là một Thánh Đường Kịch Nghệ, một vương quốc thật đặc biệt! Chỉ những nhà quảng cáo tài hoa và đặc biệt mới được mời tham gia vào chiến dịch quảng cáo của chúng tôi. Đây là cơ hội nghìn năm có một của các anh để làm nên lịch sử - nếu không thì xin mạn phép nhường chỗ cho những đối thủ khác xứng tầm hơn!"

Kết quả vượt ngoài mong đợi của ông.

Ba tên tuổi lớn trong lĩnh vực sản xuất và gia công đàn piano là Knabe Piano, Aeolian và Hardman Peck đã nhanh chóng vào cuộc. Gorham Silver, Tổng công ty Thuốc lá Hoa Kỳ và nhiều tên tuổi khác cũng muốn đặt quảng cáo. Các trung tâm phát hành nức tiếng như Victor, Columbia và Brunswick cũng không bỏ qua cơ hội "vàng" để quảng bá. Với lực lượng các doanh nghiệp hùng hậu như thế, Paul Meyer đã gây quỹ được đủ số tiền để lập hợp đồng quảng cáo.

Số đầu tiên áp dụng giải pháp của Meyer được in ấn và phát hành ngay đêm diễn đầu tiên của mùa 1911-1912. Sự kiện này gây được hiệu ứng truyền thông mạnh mẽ đến nỗi các nhà báo tường thuật lại rằng, mọi người đều bị thu hút vào các ấn phẩm của nhà hát đến mức quên cả việc chào hỏi xã giao với nhau!

Nhờ đó, Paul Meyer cũng có một nguồn thu nhập dồi dào từ khi đảm nhiệm công việc quảng cáo cho nhà hát opera Metropolitan suốt mười năm kể từ đó đến nay.

Chiến dịch quảng cáo đột phá của nhà hát opera Metropolitan đã mở ra một kỷ nguyên lịch sử cho lĩnh vực quảng cáo kịch nghệ. Cách thức làm quảng cáo của Metropolitan lúc bấy giờ được nhiều nhà hát, sân khấu vũ kịch và các công ty kinh doanh giải trí áp dụng cho đến tận thời nay.

Đằng sau những vẻ ngoài hào nhoáng, mọi công ty hay doanh

nghiệp đều khao khát trở thành người dẫn đầu, là tên tuổi lẫy lừng bậc nhất trong lĩnh vực của mình.

Khao khát trở thành số một trong một công việc hay lĩnh vực nào đó luôn là nỗi ám ảnh trong tâm trí của mọi người. Và thế là chúng ta bị thôi thúc phải hành động để hiện thực hóa nó.

Danh Tiếng là niềm khát khao của mọi công ty hay doanh nghiệp. Với cá nhân, Tử Huyệt Danh Tiếng gắn liền với thể diện, danh dự và uy tín. Nó đồng thời là thành phần chủ đạo trong ước mơ thành đạt cháy bỏng của mỗi người.

Tử Huyệt Danh Tiếng hiện hữu và trở nên mãnh liệt trong mỗi người ngay từ khi chúng ta còn là những đứa trẻ bắt đầu biết khóc, cười hoặc mếu máo để gây được chú ý với người lớn.

Càng lớn, chúng ta càng cảm thấy mình cần Danh Tiếng, như thể đó là hơi thở để sống, một niềm kiêu hãnh cá nhân chính đáng và không gì thay thế được.

Tử Huyệt Danh Tiếng là một trong những cảm xúc chủ đạo của mỗi người. Việc ứng dụng Tử Huyệt này khéo léo để tạo ra hiệu ứng Thôi Miên Cảm Xúc trong giao tiếp sẽ giúp bạn đạt được những thành công ngoài mong đợi.

Vào một dịp nọ ở New Jersey, tôi rất tò mò về tấm biển được viết bằng tay đặt trước một ngôi nhà. Tôi nhìn thấy hai cậu bé cầm xẻng nhìn tấm biển, rồi chạy ra phía rìa ngôi nhà ngay lập tức.

Ở đó, chúng nhập bọn với bốn đứa trẻ khác cũng đang xắn áo quần hừng hực khí thế để bắt đầu xúc một đống cát lớn. Bên cạnh chỗ lũ trẻ đứng là một người đàn ông đang mỉm cười và giơ tay chỉ đạo lũ trẻ trong im lặng.

Ông kể tôi nghe là mình đang cần xúc đống cát này đi. Nhưng vì sức khỏe không tốt, ông không đủ sức làm việc đó một mình. Thế nên, ông đặt một tấm biển viết tay trước nhà, trong đó viết rằng, ông sẽ trả 1 đô la cho bất kỳ ai đồng ý giúp ông xúc cát.

Tấm biển ở đó rất lâu, chẳng ai quan tâm.

Ông thử nâng mức thưởng lên 1,5 đô, rồi 2 đô la với hy vọng có người đồng ý, nhưng không ai đoái hoài tới thông báo của ông.

Ngày nọ, ông vô tình nhìn thấy một nhóm trẻ trong khu dân cư đang đùa với nhau. Chúng cá cược xem ai là người chạy nhanh

nhất, đọc giỏi nhất, nhảy khỏe nhất, và liên tục thi thố với nhau. Sau lần đó, ông bỏ tấm biển cũ và thay bằng một tấm biển mới - là tấm biển mà tôi nhìn thấy.

Nội dung tấm biển ghi:

THƯỞNG 75 CENT CHO CẬU BÉ NÀO XÚC ĐƯỢC NHIỀU CÁT NHẤT Ở SAU NHÀ TÔI NGAY HÔM NAY - THỨ BẢY, 3 GIỜ CHIỀU - NGAY SAU HIỆU LỆNH "BẮT ĐẦU!"

Nội dung tấm biển đã nhắm thẳng vào Tử Huyệt Danh Tiếng - khao khát trở thành người giỏi nhất - của lũ trẻ. Đây mới chính là điều khiến bọn trẻ thích thú chứ không phải số tiền được trả công!

Ẩn trong mọi chủ đề luôn có ít nhất một nhân tố đặc biệt mà bạn có thể khai thác để khiến cho mọi người chú ý và hành động theo những gì bạn muốn. Chỉ cần bạn chọn ra đúng nhân tố giữa hằng hà sa số lý lẽ thuộc Bộ Tứ Quyền Lực của Tử Huyệt Cảm Xúc, các cuộc giao tiếp của bạn sẽ suôn sẻ, vui vẻ, thành công và có tính thuyết phục hơn bao giờ hết.

Biết khơi gợi Tử Huyệt Cảm Xúc và định hướng nó đúng cách, không chỉ giúp bạn giao tiếp thành công, mà còn giúp bạn tiết kiệm được thời gian và tránh khỏi nhiều rắc rối không đáng có. Rất nhiều trường hợp bạn có thể nhận ra Tử Huyệt Danh Tiếng chính xác của một người chỉ bằng quan sát tinh tế và khách quan!

Đó là bài học mà anh chàng đi giao sữa trong câu chuyện sau ngộ ra được, khi sự kiên nhẫn của anh bị thách thức đến cùng cực.

Rạng sáng ngày hôm đó, khi mà mặt trời chưa ló dạng, anh chàng giao sữa có nhiệm vụ đi giao hai lít sữa cho một khách hàng đặc biệt - một góa phụ trung niên sống trong ngôi nhà nhỏ xinh với phong cảnh thơ mộng xung quanh. Anh dùng tay trái mở nắp thùng sữa để trước nhà, rồi dùng tay phải lấy các chai sữa rỗng ra và đặt các chai sữa mới vào trong thùng. Xong việc, anh rút tay lại, bất ngờ la toáng lên vì đau.

Một mảnh kim loại sắc nhọn nổi gồ lên giữa bề mặt thùng sữa đã cứa vào phía trên cổ tay anh!

Do trời còn tối, anh soi đèn pin để lấy hết các chai sữa rỗng ra rồi quay lại chiếc xe tải, vừa đi vừa lau vết thương.

Anh đặt một mẩu giấy nhỏ trên thùng sữa để nhắn với bà chủ nhà:

“Bà vui lòng sửa giúp cái thùng sữa. Mảnh kim loại trên đó khiến tôi bị đứt tay sáng nay.

Cảm ơn.

(Ký tên) Người giao sữa.”

Hai ngày sau, anh trở lại ngôi nhà để giao lốc sữa kế tiếp. Anh nhẹ nhàng mở nắp thùng sữa trước nhà, thay các chai sữa như mọi khi.

“Ái da!” Anh vừa la vừa giật bắn cả người. Lần này, mảnh kim loại cứa qua hai ngón tay trên tay phải của anh.

Bà chủ nhà vẫn chưa sửa thùng đựng sữa.

Anh viết một mảnh giấy khác, đính trên một chai sữa rỗng và để lại trước nhà bà ấy.

“Xin lỗi anh.” Bà ấy viết câu hồi đáp vào mảnh giấy. “Mấy ngày nay tôi bận quá. Tôi sẽ cố gắng sửa cái thùng sữa đó.”

Nhưng rốt cuộc, bà góa phụ vẫn không sửa.

Anh giao sữa quyết định đến gặp trực tiếp bà chủ nhà sau khi hoàn tất công việc. Khi bà ấy nhìn thấy cánh tay băng bó của anh cũng như nghe anh kể lại những gì đã xảy ra, bà xin lỗi rối rít, và hứa là sẽ sửa ngay trong hôm đó.

Anh chàng giao sữa cảm ơn bà và rời khỏi ngôi nhà nhỏ xinh thơ mộng.

Rạng sáng hôm sau, lại một tiếng “Á!” đau đớn nữa vang lên, vì anh giao sữa đinh ninh rằng bà chủ nhà đã sửa cái thùng nên chủ quan không dùng đèn pin.

Anh chạy vội về xe tải, vừa cầm máu vừa lầm bầm. Anh băng bó vết thương mới trên ngón út của mình bằng một chiếc khăn tay, quơ vào đống thùng các tông trên sàn xe, lấy ra một tấm bìa các tông to rồi viết ra những con chữ thật lớn với những lời lẽ nặng nề để nhắc nhở bà chủ nhà.

Lúc đó trời đã sáng, anh ngắm nhìn ngôi nhà của bà ấy. Anh thấy những ngọn cỏ được cắt tỉa cẩn thận trong vườn nhà, những bụi cây được chăm sóc kỹ lưỡng và màu sơn nhà rất có gu thẩm mỹ. Anh nhớ lại khung cảnh nội thất vô cùng tinh tế và tao nhã bên

trong ngôi nhà. Những hình ảnh êm đềm đã khiến anh vơi bớt sự bực dọc. Anh quyết định bỏ tấm bìa các tông đầy những lời lẽ nặng nề.

Thay vào đó, anh để lại một mẩu giấy trên thùng sữa trước ngôi nhà, với nội dung như sau:

"Gửi bà A.,

Tôi là cái Thùng Sữa thân thương của bà. Vui lòng hãy chữa bệnh cho tôi, cắt bỏ cái gai kim loại nhọn hoắt trong người tôi.

Mọi thứ khác trong ngôi nhà của bà đều đẹp đẽ và được chăm sóc cẩn thận từ trong ra ngoài, chỉ có tôi là không.

Làm ơn!

(Ký tên) Thùng Sữa của bà."

Bà góa phụ đọc mẩu giấy, tự trách mình đãng trí và cho sửa cái thùng sữa ngay lập tức!

Hai ngày sau, anh giao sữa thận trọng mở thùng sữa với chiếc đèn pin sáng lóa, trong tư thế sẵn sàng ứng chiến.

Một trong hai chai sữa rỗng trong thùng được đính một mẩu giấy.

"Gửi Anh Giao Sữa,

Cảm ơn anh đã nhắc nhở tôi. Thùng sữa đã chỉn chu và tôi hy vọng là anh thích màu sơn mới của nó.

Tôi đã cố gắng hết sức để bỏ cái gai kim loại và làm cho thùng sữa trông đẹp nhất có thể.

(Ký tên) Bà A. "

Bí quyết để Bạn được mọi người yêu mến

Câu chuyện sau kể về một học viên cũ của tôi, một người cao ráo, mái tóc màu sẫm, khuôn mặt đẹp với đôi mắt nâu đen có chút tinh ranh. Cậu ta đã từng là lính nhảy dù thời Đệ Nhị Thế Chiến.

Cậu ta tên Michael.

Trong buổi học, tôi giảng giải về tầm quan trọng của việc xây dựng dấu ấn cá nhân nhằm tạo ra Trải Nghiệm Mới đối với mọi

đối tượng giao tiếp. Sau buổi học, Michael quyết định đổi tên thành "Mike Tươi Cười."

Quả thật, "Mike Tươi Cười" sống đúng với cái tên mới của mình. Cậu ta kể rằng sự thay đổi này đã giúp cậu tạo lập được một phong thái tích cực hơn.

Cậu ta có gu thời trang khá độc đáo và phá cách. Kể cả khi Mike mặc trang phục có màu sắc sặc sỡ, sự phô trương đó trông vẫn hợp lý và hài hòa. Cậu ta rất tự hào về ngoại hình, gu thẩm mỹ, khiếu hài hước và biệt tài kể chuyện của mình. Các bài tập và bài thuyết trình trước lớp của Mike luôn được đầu tư và chuẩn bị kỹ lưỡng, công phu với ý tưởng luôn độc đáo và sáng tạo.

Các học viên khác rất quý mến Mike. Cậu ta để ý đến từng sự thay đổi dù là rất nhỏ ở mọi người, chẳng hạn như quần áo hay kiểu tóc. Cậu ta luôn khen tặng người khác thật lòng. Cậu ta chẳng chê bai ai. Cậu ta trân trọng từng sự giúp đỡ dù là nhỏ nhất.

Mỗi khi phát biểu hay thuyết trình, Mike rèn luyện cho mình khả năng nhìn thẳng vào mắt của khán giả hay người đối diện; còn khi người khác thuyết trình hay nói chuyện, cậu ta luôn tươi cười và nhìn họ chăm chú.

Mike Tươi Cười là một trong những học viên nổi tiếng nhất trong khóa học của tôi.

Vào một sáng thứ Ba, Mike kể tôi nghe rằng cậu ta thức dậy với một tinh thần sảng khoái "tràn ngập năng lượng". Mặt trời chiếu những tia nắng ấm áp ngoài cửa sổ. Hôm đó là ngày nghỉ, cậu có buổi hẹn hò ăn trưa với cô bạn gái Marie, một cô người mẫu xinh đẹp mà Mike yêu say đắm.

Cậu ta tắm rửa, tận hưởng bữa sáng tuyệt ngon do mẹ mình làm rồi chuẩn bị quần áo cho cuộc hẹn hò.

Mike quyết định chọn một bộ vest màu tím thẫm với hoa văn chấm bi màu tím hoa sim mà cậu từng chết mê chết mệt khi thấy nó trong tủ kính trưng bày tại cửa hiệu quần áo. Sau khi mặc cả bộ vào, cậu ta soi gương chăm chú và thắt một chiếc cà vạt màu tím nhạt với họa tiết chữ X màu trắng. Cậu ta không ngại thắt đi thắt lại nhiều lần, đến khi tạo được nút thắt với hình dáng hoàn hảo ngay cổ áo, sao cho cái nút này đủ rộng để lộ ra chiếc áo sơ mi màu tím pastel bên trong.

Trước khi rời khỏi nhà, Mike không quên ngắm nghía bản thân

trước gương một lần nữa. Cậu ta chải chuốt lại mọi thứ, sửa lại chiếc cà vạt với chữ X trắng và chào mẹ trước khi đi.

Xuống dưới nhà, Mike mở hộp thư trước cửa. Cậu nhìn thấy một phong bì trắng rất dày, địa chỉ được viết tay. Phong bì không có tem mà cũng chẳng có địa chỉ người gửi.

Quá tò mò, Mike mở phong bì ra và thấy bốn tờ 50 đô la được gói trong một chiếc túi giấy, gấp nếp cẩn thận. Trên bao giấy có ghi:

"Michael,

Tôi biết anh sẽ ngạc nhiên khi nhận được số tiền này, và anh có thể đoán được là món nợ này đã khiến tôi đau đáu suốt bao nhiêu năm qua. Anh thật tử tế khi đã cho tôi mượn hai trăm đô la sau khi tôi thua trắng bạc tại nhà Mickey hồi còn chiến tranh.

Cảm ơn anh rất nhiều!

Thật tình xin lỗi vì sau ngần ấy năm tôi mới có thể trả tiền lại cho anh, vì khó khăn lắm tôi mới tìm thấy địa chỉ của anh. Nhờ vậy mà tôi đã có thể trả được món nợ ân tình này với anh."

Anh chàng Mike Tươi Cười chớp mắt và mỉm cười khi nhớ lại người đồng đội cũ mà mình đã cho mượn tiền.

Một sự vui sướng tột độ bao trùm!

Tiền từ trên trời rơi xuống!

200 đô la - và tất cả đều là của mình! Quả là một ngày tuyệt vời!

Mike vừa đi xuống phố vừa huýt sáo. Tay trái của anh liên tục mân mê 200 đô la. Anh nở nụ cười tỏa nắng làm sáng bừng mọi thứ xung quanh.

Fred, một anh bạn kiêm hàng xóm của Mike, đến gặp Mike với một giỏ rau xanh thật to.

"Xin chào, Mike Tươi Cười," Fred mở lời.

"Chào Fred," Mike Tươi Cười cười đáp lại. "Hôm nay là một ngày đẹp trời, anh nhỉ?"

"Quả là một ngày tuyệt đẹp." Fred khiên cưỡng đáp.

"Tôi ước gì mình có thể nói câu tương tự với bộ quần áo anh đang

mặc. Tôi nhìn thấy anh từ xa. Một cái cà vạt tím với một chữ X trắng to đùng!"

Fred lắc đầu.

"Anh nên xem lại con mắt thẩm mỹ của mình!"

Mike Tươi Cười bỗng dưng không tươi cười nữa.

Anh ta biến sắc ngay lập tức!

Fred tiếp tục đi ngang qua Mike với vẻ giễu cợt không thể chối cãi, còn Mike Tươi Cười lầm bầm càu nhàu về lời nói khiếm nhã.

Mike "nghỉ chơi" Fred kể từ đó!

Anh ta thậm chí không còn đến mua ủng hộ siêu thị rau quả giá rẻ của Fred như trước nữa!

Một tình huống đơn giản vừa bóc trần cho chúng ta thấy cả mặt tốt lẫn góc khuất của Tử Huyệt Danh Tiếng.

Trong tất cả các tuýp người tương ứng với từng loại Tử Huyệt, Người Vị Danh có thể xem là đối tượng nhạy cảm nhất, dễ bị kích động nhất và thậm chí có thể ghi hận đến suốt đời!

Những khát khao về nỗi sợ liên quan đến Danh Tiếng là một phần quan trọng và tế nhị trong cảm xúc của mỗi con người, nên bạn hãy thận trọng với những phát ngôn hoặc hành động nhắm vào Danh Tiếng hoặc khiến người khác cảm thấy bị mất mặt. Đụng chạm Tử Huyệt Danh Tiếng một cách tùy tiện là nguyên nhân khơi mào nhiều mâu thuẫn, bất đồng, căm ghét, hận thù, bạn bè nghỉ chơi nhau và bạo lực.

Trong giao tiếp hằng ngày, đánh động vào Tử Huyệt Danh Tiếng của đối phương có thể khiến họ chú ý, lắng nghe, hoặc giúp bạn xâm nhập tâm trí họ, khiến họ thay đổi quyết định. Tử Huyệt này gắn liền với những quan điểm sống, thể diện cá nhân, sự kiêu hãnh, sự tôn trọng hoặc sự công nhận về mặt ngoại hình, quần áo, hành xử, phẩm hạnh, sự kiện, con người, sản phẩm hoặc tên tuổi công ty. Nó gây ra những trạng thái cảm xúc như đơn độc, nổi tiếng, cũng như bất kỳ điều gì liên quan đến câu hỏi "Người khác nghĩ gì về mình?" hoặc "Mình là người thế nào trong mắt họ?"

Khao khát được "vẻ vang" với thiên hạ là một nhu cầu có thật của con người.

Đó là lý do quý bà độc thân 53 tuổi trong câu chuyện sau lo sốt vó khi nhìn thấy bốn chai rượu whisky đã cạn trong thùng rác nhà mình.

“Cháu xấu hổ quá!” Bà ta nói với bà dì lớn tuổi của mình. “Cháu phải tống khứ bốn cái chai đó ngay lập tức! Mấy ông nhân viên đổ rác sẽ nghĩ sao về cháu nếu họ nhìn thấy bốn chai rượu to tướng kia trong thùng rác nhà cháu chứ!”

“Đúng là kỳ thật!” Bà dì đồng ý. “Cháu đã làm gì với bốn chai rượu đó?”

“Hàng xóm của cháu là một cha xứ. Cháu đã bỏ mấy chai rượu vào thùng rác nhà ông ta. Mọi người đều biết là ông ta không uống rượu!”

Chính những khao khát về Danh Tiếng và nỗi sợ bị mất mặt là nguồn cơn của vô số hiểu lầm giữa con người với nhau, chỉ vì chúng ta có xu hướng phán xét người khác qua ngoại hình hay những biểu hiện bên ngoài. Những lớp “vỏ bọc” này có thể là những lời chào hỏi hoặc “tự phong” quá lố, cường điệu, “chém gió”, “nổ văng miểng”, những cuộc phiêu lưu trong tưởng tượng và những mơ ước viển vông.

Một người đàn ông đổ rượu rẻ tiền vào trong một chai whisky có vẻ đắt tiền đã uống hết để tiếp khách, vì ông ta lo ngại người khác sẽ đánh giá mình qua hình thức chai rượu.

“Kể cả khi luật pháp Hoa Kỳ nghiêm cấm mọi hành vi tái sử dụng những chai rượu, tôi vẫn sẽ làm thế!”

Ông ta thản thiên nói. Hành vi trên có thể kỳ lạ với nhiều người, nhưng không lạ gì với những Người Vị Danh.

Nhiều người sẵn sàng bỏ ra hàng đống tiền để chăm chút mã ngoài hoặc “cộp mác” hàng hiệu chỉ để được nở mày nở mặt với thiên hạ.

Điển hình là một người nọ đi mua quần áo giảm giá ở một cửa hiệu bình dân. Sau đó, họ tìm những cái tem hoặc nhãn mác của những thương hiệu thời trang nổi tiếng, rồi gắn chúng lên quần áo của mình. Mỗi khi đi đâu hay gặp ai, người phụ nữ Vị Danh sẽ tranh thủ mọi cơ hội cho người khác được chiêm ngưỡng chiếc áo lông thú của mình với nhãn mác hàng hiệu, chỉ để gây ấn tượng thật hoành tráng với mọi người xung quanh.

Tương tự, một người đàn ông Vị Danh sẽ tranh thủ mọi cơ hội để được mở áo veston của mình và khoe trước mọi người nhãn mác trứ danh được thêu cẩn thận ở mặt trong chiếc áo.

Hàng triệu triệu người trên Quả Đất đã và đang thể hiện những khao khát và nỗi sợ Danh Tiếng bằng những cách thức cực đoan tương tự nhau.

Có vấn đề gì không ổn với những người này chăng?

Không đâu!

Họ là những con người bình thường như bạn, gặp gỡ và làm việc cùng bạn. Họ là những con người đang sống với những nhu cầu và khát khao rất tự nhiên!

Nếu bạn muốn được họ yêu mến, hãy thể hiện ra rằng bạn THỰC SỰ ấn tượng và ghi nhớ những lời nói, hành động, cũng như những tài sản mà họ sở hữu.

Đơn giản là vậy.

Một khi bạn khiến cho Người Vị Danh cảm thấy họ "trở nên quan trọng" trong mắt bạn, họ sẽ yêu mến bạn hơn. Nếu bạn có những phát ngôn hoặc hành động mang tính chất "hạ thấp" danh dự của những người này, nó sẽ khởi đầu "bi kịch" cho mối quan hệ!

Những ngôn từ hoặc hành động đánh động Tử Huyệt Cảm Xúc của con người vừa là công cụ toàn năng giúp bạn sớm thành đạt, cũng vừa là những quả bom nguyên tử đủ sức tàn phá tan tành mọi thiện cảm mà bạn đã dày công gây dựng trước đó. Chúng có thể khiến con người trở nên thân thiện hoặc độc ác trong phút chốc, hoặc đổi trắng thay đen chỉ trong tích tắc!

Trong những cuộc cãi vã, đôi khi chúng ta "giận quá mất khôn", phát ngôn những câu nói mang tính đả kích như:

"Mày điên rồi! Mày có biết mình đang nói gì không!"

"Vớ vẩn. Thần kinh anh hẳn là có vấn đề rồi!"

"Bồ có não mà sao cư xử thiểu năng thế?"

Những lời lẽ tiêu cực như thế chẳng mang lại lợi lộc gì mà còn gây hại cho chúng ta. Chúng không thể lay động được đối phương mà còn "châm dầu vào lửa" để thổi bùng lên sự căm ghét hoặc căm

phẫn của họ đối với chúng ta.

Chúng ta đã biết cách sử dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc đúng nơi đúng chỗ?

Không đâu!

Những cuộc cãi vã mà bạn sử dụng những từ ngữ mang tính công kích và hạ bệ đối phương như vậy là sự vi phạm nghiêm trọng nguyên tắc Thôi Miên Cảm Xúc dựa trên Tử Huyệt Danh Tiếng.

Khi bạn ám chỉ rằng mình là người thông minh, tỉnh táo hoặc biết nghĩ hơn đối phương, bạn đang tự đánh mất cơ hội để thuyết phục hoặc gây thiện cảm với họ.

Nguyên tắc Thôi Miên Cảm Xúc nhấn mạnh rằng, chúng ta phải dành toàn bộ sự quan tâm, chú ý vào những nhu cầu và ước muốn của đối phương - chứ không phải của chúng ta - nếu bạn muốn thuyết phục được họ!

Hãy sử dụng đôi tai của bạn. Rèn luyện kỹ năng lắng nghe người khác khi họ nói chuyện với bạn. Vì những lời nói và hành vi của họ sẽ tiết lộ cho bạn biết Tử Huyệt Cảm Xúc của họ là gì.

Quan sát bằng mắt. Chăm chú quan sát đối phương bằng cả tai lẫn mắt, hoặc thậm chí toàn bộ các giác quan của mình, bạn sẽ được họ yêu quý!

Mức độ chăm chú của bạn được thể hiện thông qua đôi mắt và biểu cảm của bạn. Đối phương sẽ quan sát những điểm đó khi họ trò chuyện với bạn để đánh giá bạn có đang chú ý và tôn trọng những gì họ đang nói hay không.

“Sự im lặng chăm chú” là một cách thức tương tác kỳ diệu và mạnh mẽ, giúp thiết lập mối liên kết bằng cảm xúc giữa người nói và người nghe!

Đừng nhắc đến những sự lo lắng, những mối bận tâm công việc, chuyện con cái, những thất bại và mọi sự phàn nàn trong các giao tiếp giữa bạn với người xung quanh. Nếu có ai hỏi bạn về những điều phiền muộn trên, hãy trả lời một cách vui vẻ, lịch sự và ngắn gọn.

Việc bạn thích kể lể về những thiếu sót, nỗi buồn, bất công hay những chuyện xui xẻo sẽ khiến người đối diện có ấn tượng tiêu cực về bạn. Bạn có thể “khẩu thị tâm phi”, hay “muốn ăn gắp bỏ

cho người", nhưng đó là những chủ đề quá riêng tư nên sẽ khiến người đối diện thấy phiền phức và không muốn tập trung vào bạn.

Bạn đang chỉ nói về mình chứ không quan tâm đến nhu cầu của người nghe!

"Lẽ ra tôi không nên tham dự buổi tiệc này, Harriet à."

Bạn tuyên bố với gia chủ trước mặt hai vị khách khác.

"Mũi tôi đã sụt sịt mấy hôm nay và tôi hắt hơi suốt cả ngày. Nhìn cái mụn nhọt xấu xí trên cằm tôi đây này, tôi không dám nhìn ai vì sợ người ta thấy tình trạng thê thảm của tôi hiện tại. Tôi nghĩ mình nên ở nhà thì tốt hơn."

Harriet và những vị khách khác sẽ phản ứng thế nào trước câu nói "sốc óc" như thế từ bạn?

Họ sẽ nghĩ:

"Tôi cũng nghĩ là anh nên ở nhà thì hơn. Tôi cũng có những rắc rối của riêng mình. Tôi không đến đây để nghe anh thao thao bất tuyệt về những rắc rối của anh!"

Bạn muốn được người khác yêu quý?

Hãy khiến họ cảm thấy họ quan trọng hơn, chứ đừng làm lơ hay hạ thấp họ.

Đối với người nói, không một ai được phép quan trọng hơn người nghe hay khán giả của anh ta.

Khán giả và người nghe là lý do để chúng ta cất lời, độc giả là mục tiêu của nhà văn, khách hàng chính là đối tượng nhắm đến của nhà kinh doanh, và luật sư đại diện cho tiếng lòng của thân chủ.

Chúng ta tìm đến luật sư nhằm mục đích bảo vệ quyền lợi bản thân, bảo vệ tiền bạc, tài sản, hoặc sức khỏe của chúng ta và những người thân yêu. Với tư cách là nguyên đơn, chúng ta muốn mình Đúng và phải làm sao để kiện cho được bị đơn. Với tư cách là bị đơn, chúng ta sợ hành động hoặc phát ngôn của mình khinh suất; vì sự khinh suất này sẽ khiến chúng ta thiệt hại về sức khỏe, tiền bạc, quyền lợi, danh dự và cả uy tín.

Những luật sư thành công phải am hiểu Tử Huyệt Danh Tiếng của

con người. Anh ta có khả năng quan sát tốt để hành động phù hợp theo những góc nhìn cảm xúc khác nhau của mỗi người, từ đó khiến chúng ta cảm thấy mình trở nên quan trọng. Anh ta sẽ chiếm được lòng tin và sự hợp tác của chúng ta, nhờ vậy hai bên sẽ làm việc tốt với nhau hơn.

Về mặt cảm xúc, chúng ta thiện cảm với anh ấy.

Chính thái độ lịch thiệp, nhã nhặn, những lời nói và hành động mang tính Thôi Miên Cảm Xúc của luật sư giúp chúng ta vui vẻ và hài lòng hơn. Chúng ta sẽ hào hứng giới thiệu anh ta cho những người khác, bất kể vụ kiện có thành công hay không!

Khả năng sử dụng mắt và tai khéo léo để tạo nên hiệu ứng Thôi Miên Cảm Xúc về mặt Danh Tiếng sẽ giúp luật sư hay một người bất kỳ được công chúng yêu mến và thành công trong mọi mối quan hệ.

Một anh chàng thợ sơn đăng ký tham gia khóa học nhảy nâng cao trong trường múa danh tiếng. Hai bên đã ký hợp đồng dạy và học với nhau. Khóa học bắt đầu, anh nhận ra rằng mình không đủ khả năng thanh toán mức học phí 3.100 đô la mà nhà trường quy định.

Anh thợ sơn nhờ luật sư tư vấn. Ông luật sư nói rằng đó là một hợp đồng hợp pháp đã được hai bên tự nguyện ký kết, nên trường múa nọ không sai gì cả. Với vẻ mặt buồn bã, thất vọng, anh thợ sơn định đứng dậy ra về.

“Xin chờ tôi một chút,” vị luật sư nói.

Ông nhanh chóng rà soát lại Bộ Tứ Quyền Lực trong Tử Huyệt Cảm Xúc và nhận ra trường múa không quan tâm đến sức khỏe, an toàn thân thể hay ý tưởng sáng tạo của người học. Tiền Bạc là nguyên nhân chính khiến ngôi trường này muốn thực thi hợp đồng!

Sau khi dùng phép loại suy, vị luật sư nhận ra rằng Danh Tiếng là Tử Huyệt lớn nhất của anh thợ sơn - anh ta sợ mất mặt nếu không trả nổi tiền học phí khi đã lỡ đăng ký. Nên phương án ở đây là phải làm sao để trường múa này thấy rằng danh dự quan trọng hơn số tiền mà họ sẽ thu được từ hợp đồng khóa học.

Vị luật sư đề nghị anh thợ sơn tiếp tục tham dự hai buổi học nhảy kế tiếp với bộ trang phục tuềnh toàng mà anh thường mặc trên người mỗi khi đi sơn.

Quả nhiên, ban giám hiệu nhà trường rất tức giận khi có một học viên ăn mặc lôi thôi, lếch thếch, làm xấu mặt cả ngôi trường nổi tiếng dành cho tầng lớp quý tộc. Ông hiệu trưởng giận dữ và yêu cầu anh thợ sơn ngừng ngay việc học vì không-phù-hợp. Điều này đã giúp anh thoát món nợ học phí 3.100 đô la.

Danh Tiếng là Tử Huyệt cảm xúc Thứ Tư nhào nặn những phản ứng hằng ngày, thái độ sống, ước mơ và sự thành đạt của con người. Mọi lời nói và hành động chúng ta thực hiện hằng ngày luôn có ít nhất một động cơ cảm xúc đứng sau chi phối. Do vậy, những hành động hay ngôn từ đụng chạm đến Danh Tiếng của người khác có tác dụng kích thích những phản ứng khác nhau nơi họ, từ sự yêu mến, đồng thuận, cho đến từ chối hoặc căm ghét.

Tử Huyệt Danh Tiếng của một người được làm nên từ những mối lo toan, quan điểm cố hữu và những cảm xúc ưa thích của họ. Nó đồng thời là công cụ quyền lực giúp chúng ta hoàn thiện tính cách và nâng cao khả năng thuyết phục của mình.

Nhưng nếu không được định hướng và vận dụng đúng đắn, Tử Huyệt Danh Tiếng lại là cội nguồn của nhiều mâu thuẫn, xung đột, những thay đổi đột ngột và phiền muộn kéo dài.

Hãy kiểm soát từng lời bạn nói, từng điều bạn làm. Nếu không, những phát ngôn và hành động của bạn sẽ gây ra những hiệu ứng cảm xúc không mong muốn trong quá trình giao tiếp.

Hãy nhớ rằng đối tượng giao tiếp của bạn là một V.I.P - Người Đặc Biệt Quan Trọng.

Kể cả khi bạn muốn nhờ cậu bé 10 tuổi của nhà hàng xóm thân thiết giúp bạn mang quần áo ra tiệm giặt ủi, bạn cũng phải tùy vào tâm trạng của cậu bé và lựa lúc thích hợp để nhờ vả. Nếu không, em ấy sẽ chỉ đáp lại bạn một cách tỉnh bơ rằng:

“Dạ con không phụ được. Chắc dì phải chịu khó tự mình làm thôi ạ.”

Nếu cách giao tiếp của bạn không phù hợp hoặc không hấp dẫn được cảm xúc của cậu bé, cậu ta sẽ từ chối dù bạn nài nỉ thế nào chăng nữa!

Một cách khác để bạn trở thành bậc thầy trong vận dụng Tử Huyệt Danh Tiếng để được mọi người yêu mến là đừng tiếp tục thói quen xin lỗi quá mức cần thiết, đổ thừa hoàn cảnh, ngụy biện hay cãi bướng.

Người ta đã thống kê được rằng, phần lớn những lời bao biện và lý do lý trấu của chúng ta đều là lời nói dối.

Trong nhiều trường hợp, chúng ta kiếm cớ hoặc bao biện vì sĩ diện hoặc "sợ quê độ" trước mặt người khác; thực chất, chúng ta đang sĩ diện với chính mình.

Ngụy biện cũng là một thói quen cố hữu của những Người Vị Danh hoặc Hám Danh. Phần lớn những người bình thường sẽ không bao biện hoặc đổ thừa tới mức cực đoan như thế. Trừ phi chứng cớ sai phạm đã rõ ràng và không thể chối cãi, nếu không, một khi có cơ hội, những Người Vị Danh sẽ bao biện bằng mọi giá để bản thân không bị "tì vết" - vì họ thích cảm giác trốn tránh được trách nhiệm và giành lại được thế thượng phong!

Tùy thuộc vào cảm xúc của từng người, mức độ bao biện cũng như trí tưởng tượng phong phú của họ mà cách lý sự sẽ khác nhau. Và chung quy, đã là con người thì sẽ ít nhiều sở hữu Tử Huyệt Danh Tiếng. Mà đã có Tử Huyệt Danh Tiếng thì khó lòng sống mà không nói dối một lần nào. Và đây cũng là lý do vì sao trên đời luôn tồn tại những kẻ nói dối.

Ví dụ điển hình nhất là vào những mùa bóng đá, bóng chày hay các giải thi đấu thể thao hấp dẫn, những lời nói dối đầy rẫy khắp nơi.

"Em thực tình xin lỗi, thưa Sếp," Arthur than vãn. "Em thấy chóng mặt và khó thở quá! Hôm nay em xin sếp cho phép em nghỉ sớm ạ!"

Sau khi xin nghỉ thành công, hàng nghìn những anh chàng "Arthur" vọt ra khỏi công ty để đến các sân vận động, trường đua hoặc chạy về nhà xem truyền hình trực tiếp các trận đấu!

Thật không may, mỗi chúng ta đều khao khát "nở mày nở mặt" với thiên hạ, khao khát được mọi người công nhận và yêu mến. Những nhu cầu cảm xúc cháy bỏng khiến chúng ta "sáng tác" ra vô vàn lời nói dối, và chúng ta luôn sống trong nỗi sợ những phản ứng ngược (hay còn gọi vui là "nghiệp quật").

Chúng ta nói dối để bảo vệ hình ảnh và danh dự của mình trước mặt người khác. Những lời nói dối của chúng ta phụ thuộc vào cách chúng ta định nghĩa Đúng và Sai.

Nói dối và bao biện là những thành phần hiển nhiên trong nỗi sợ và khao khát Danh Tiếng của chúng ta, còn nguyên tắc để bạn vận

dụng Tử Huyệt Danh Tiếng thành công và tích cực lại đòi hỏi chúng ta phải tập trung quan tâm đến đối phương trước khi nghĩ đến bản thân. Chỉ cần chân thành với mọi người và với bản thân, bạn sẽ giúp người khác cảm thấy tích cực hơn, và họ sẽ yêu mến bạn.

Một khi bạn được mọi người yêu mến, tiếng nói và hành động của bạn sẽ có trọng lượng hơn hẳn, và hình ảnh của bạn trước công chúng sẽ được cải thiện đáng kể.

Sẽ có những lúc mất bình tĩnh, bất ngờ líu lưỡi hoặc nói nhầm, chúng ta bèn bối rối nói lại cho tròn trong khi khán giả cười cợt.

Nhưng, bạn không cần phải luống cuống khi vô tình sai lời. Hãy cười vui cùng khán giả. Bạn là người làm chủ tình huống. Bạn có "quê độ" hay không, nằm ở cách xử lý. Cách tốt nhất để giải quyết một tình huống khó xử là bình thản đối mặt với nó. Bạn hãy hành động một cách tự nhiên, tự nhiên như một con người bình thường - "nhân vô thập toàn", con người là một thực thể không hoàn hảo nên thiếu sót là chuyện dễ hiểu. Hãy hành động như bản năng của bạn mách bảo!

Tôi đã từng nghe kể về một cách xử lý tình huống rất đáng học hỏi.

Mặc dù chủ đề nói chuyện ngày hôm đó của vị diễn giả rất nghiêm túc, khán giả vẫn phá lên cười khi ông sơ ý nói ngọng. Thay vì xin lỗi hoặc cắt ngang khán giả, ông cũng cười theo họ. Cho đến khi khán giả cười xong, vị diễn giả mới kể một câu chuyện cười.

Có một phụ nữ đi mua thịt. Trong cửa hàng bán thịt, cô ấy chỉ tay vào một miếng thịt trong tủ kính và nói:

"Bán tôi một cân thịt 'NỢN'".

"Gì cơ," người bán thịt ngập ngừng, "Ý cô là thịt LỢN phải không?"

"Sao nữa, tôi 'lói' thế đấy," cô ta nói lớn. "Ý ông là tôi 'LÓI NỘN' chứ gì?"

Khán giả cười ồ trước câu chuyện, và họ bắt đầu thích vị diễn giả hơn. Bạn thấy đấy, vị diễn giả đã xử lý tình huống khó xử một cách khéo léo, gián tiếp thừa nhận sơ sót mà chẳng cần một lời xin lỗi hay bao biện mà khán giả vẫn hiểu và thông cảm, thậm chí còn yêu mến ông hơn.

Ông chọn giải pháp nhún nhường để khán giả cảm thấy họ được trân trọng hơn.

Một phản xạ rất tự nhiên, đúng không?

Nếu bạn có lỡ đến trễ một cuộc hẹn với lý do chính đáng, xin lỗi bằng câu sau sẽ hay hơn:

"Tôi xin lỗi vì đã làm bạn phải chờ. Tôi thừa nhận mình đến trễ."

Điều họ muốn thấy là sự chân thành của bạn!

Kể cả khi đang rất nhức đầu, nhưng bạn vẫn phải làm cho xong việc và tạo ấn tượng tốt với người khác, hãy cố gắng đừng thể hiện sự khó chịu và đừng nói gì về cơn nhức đầu của bản thân. Người nghe của bạn, những khách hàng và đồng nghiệp của bạn muốn được quan tâm, tôn trọng. Do vậy, hãy quan tâm đến họ trước!

Bạn chẳng được lợi nếu cứ liên tục suy nghĩ vẩn vơ hoặc than vãn về những vấn đề cá nhân, bệnh tật hoặc nhược điểm của bản thân!

Nếu bạn suốt ngày kêu ca về mái tóc dễ bù xù, đôi giày chưa được đánh bóng, cái mũi sụt sịt hoặc ngoại hình không hoàn hảo, người nghe hoặc khán giả của bạn sẽ có cảm giác họ bị bạn "bỏ rơi".

Hãy nhớ, mỗi người đều có những vấn đề và rắc rối của riêng mình, không riêng gì bạn!

Nếu cô con gái Mathilda 8 tuổi có mắc lỗi trong khi đang đàn một bản nhạc dành tặng dì Ophelia, bạn đừng nên xin lỗi:

"Mathilda mới học đàn có ba năm thôi, mong dì thông cảm cho con bé!"

Đừng nói thế!

Dì Ophelia chẳng cần bạn bào chữa cho cô bé. Dì ấy không chấp mà cũng chẳng quan tâm, và dì đã lắng nghe giai điệu của Mathilda chăm chú từ đầu đến cuối. Đừng nói gì cả, để sai lầm nhỏ của Mathilda không bị trầm trọng hóa!

Những động tác sinh hoạt hằng ngày của bạn như nuốt nước bọt, mở nút cổ áo, soi gương và chỉnh lại trang phục là những hành động rất riêng tư. Nhưng nếu có một đối tượng hay một nhóm khán giả đang nhìn bạn, chúng sẽ không còn riêng tư nữa.

Khi đó, những hành động này sẽ dễ bị người ngoài đánh đồng là biểu hiện của sự hồi hộp, thiếu tự tin hoặc sợ mắc lỗi. Chúng sẽ tạo nên những ấn tượng không tốt về hình ảnh cá nhân của bạn.

Tại sao lại phải căng thẳng, kể cả khi mình có quá béo, quá gầy, quá cao hoặc quá lùn chăng nữa?

Nếu bạn có nhược điểm, việc rối rít xin lỗi hoặc liên tục bào chữa chỉ càng khiến nhược điểm của bạn được khắc sâu trong tâm trí người nghe và khán giả.

Những gì bạn cần làm khi gây chú ý với đám đông là hãy tập trung vào những ưu điểm của mình, những nhân tố gây chú ý và có tác dụng Thôi Miên Cảm Xúc!

Khiến người nghe hoặc khán giả - chứ không phải bạn - là đối tượng được trân trọng trong cuộc giao tiếp.

Bạn vừa cười vừa kể một câu chuyện cười để khán giả hào hứng, nhưng không may là họ chẳng cười mà vẫn cứ nhìn bạn đăm đăm như thể không hiểu bạn đang nói gì.

Thế là bạn bối rối muốn bắt đầu lại.

"Thử tưởng tượng, một con khỉ nếu có ba cái đầu thì mỗi khi muốn gãi đầu, chú khỉ đó chẳng biết nên gãi cái đầu nào nữa!"

Thay vì hào hứng, khán giả tiếp tục thở dài, còn bạn thấy mình như đang rơi xuống một hầm băng lạnh buốt. Câu chuyện cười trở nên vô duyên, nhạt nhẽo và bạn cảm thấy mọi chuyện thật tệ.

Bạn vừa tự đưa mình vào tình huống khó xử vì đã không tuân thủ một nguyên tắc quan trọng của Danh Tiếng. Nếu câu chuyện cười không khiến khán giả bật cười như bạn mong muốn, thế thì cần gì phải tiếp tục giải thích?

Một khi bạn cố giải thích, khán giả sẽ cho rằng bạn đánh giá thấp họ, rằng họ kém quá nên không hiểu những gì bạn nói. Và một khi họ đã có suy nghĩ đó trong đầu, họ khó lòng nghĩ tốt về bạn.

Khán giả muốn bạn nhìn nhận họ như những người có trình độ! Chẳng ai vui vẻ khi bị đánh giá thấp cả!

Nếu bạn lỡ phạm sai lầm, hãy dùng chính Tử Huyệt Danh Tiếng để sửa chữa. Hãy nói với họ rằng họ thật thông minh, và chính bạn mới là người chưa đủ trình độ so với họ.

Họ sẽ hài lòng với bạn hơn và cảm ơn vì lời khen, cảm giác tiêu cực trước đó của bạn sẽ biến mất!

Đứng cố gắng giành hết sự chú ý về mình. Làm như thế đồng nghĩa với việc bạn đang đánh giá thấp khán giả!

Hãy thể hiện những lời nói và hành động có tác dụng giúp đám đông cảm thấy họ thật tuyệt thay vì người tỏa sáng là bạn!

Ở thành phố Providence, thủ phủ Đảo Rhode sau nội chiến, một chính trị gia đã làm được điều trên chỉ với vài từ và nhờ đó ông ta thắng cử.

Hai chính trị gia trên Đảo Rhode tranh nhau chiếc ghế vào Hạ viện Hoa Kỳ. Một trong hai người từng là tướng lĩnh cấp cao trong cuộc nội chiến, người còn lại là binh nhì.

Một ngày trước thời điểm bầu cử, mỗi vị tổ chức nhiều chiến dịch rầm rộ để kêu gọi mọi người bỏ phiếu bầu mình.

Vị chính trị gia từng là tướng lĩnh có phong thái tự tin, dõng dạc tuyên bố:

“Quý vị đều biết rằng tôi đã từng là một tướng lĩnh với nhiều trách nhiệm lớn lao. Làm sao đối thủ có thể gánh vác trọng trách này? Đại diện cho toàn thể quý vị ở Quốc hội khi anh ta không hề có kinh nghiệm lãnh đạo? Hãy bầu cho tôi - một vị tướng lĩnh dày dạn kinh nghiệm!”

Đám đông quần chúng vỗ tay tán thưởng và ông ta ngồi xuống.

Người ứng viên “binh nhì” từ tốn đứng lên. Liệu anh ta có thể đối đáp lại với phát ngôn đầy tự tin của vị tướng lão luyện hay không?

“Ông ấy nói đúng,” anh ta bắt đầu phần phát biểu của mình.

“Trong cuộc chiến, ông ấy là tướng, còn tôi là lính. Ngày mai là Ngày Bầu Cử, và các anh chị được trao quyền chọn lựa.”

Người ứng viên này giơ tay và cất cao giọng.

“Những ai trong số các bạn đã từng là tướng lĩnh, hãy bầu chọn cho ông ấy; còn những ai đã từng là những người lính chiến đấu dũng cảm, hãy bầu chọn cho tôi!”

Từ “lính” cũng như lời nói đánh động Tử Huyệt Danh Tiếng của người cựu binh nhì đã giúp anh ta giành chiến thắng với số phiếu

áp đảo.

Oliver Wendell Holmes[29] từng liệt kê ra tất cả những loại người mà ông ta ghét:

[29] Oliver Wendell Holmes (1809-1894): bác sĩ kiêm nhà thơ, nhà văn nổi tiếng người Mỹ thế kỷ XIX. Khi còn sống, ông được giới văn nghệ tôn vinh là nhà văn xuất chúng nhất đương thời. Tác phẩm nổi tiếng nhất của ông là loạt truyện Bàn ăn sáng mà mở đầu là truyện Nhà độc tài bên bàn ăn sáng (1858). Ngoài sáng tác văn chương, ông cũng là một nhà cải cách có tầm ảnh hưởng trong ngành y lúc bấy giờ.

"Người tự cho là mình biết tuốt, những tay thùng rỗng kêu to, những kẻ không ngừng than phiền về bệnh tật bản thân, những gã cư xử như thể mọi người xung quanh đều là sâu mọt, và những tên nóng nảy." Có thể bạn sẽ muốn thêm vào đó vài loại người nữa, đặc biệt khi liên quan đến những người bạn quen.

Bác sĩ Holmes đặc biệt ghét những kẻ tự cho bản thân mình quan trọng hơn những người khác!

Lý do mọi người thích bạn vì họ cảm thấy họ quan trọng hơn mỗi khi đi cạnh bạn! Vì bạn quan tâm đến họ, những khó khăn của họ, con cái họ, những thành công của họ.

Bạn thể hiện sự quan tâm bằng những lời nói, sự chân thành, hành động cụ thể và cách bạn lắng nghe họ chăm chú. Bạn biến bản thân trở thành một phần cảm xúc của những người bạn giao tiếp.

Trân trọng cảm nhận và cảm xúc của người khác sẽ giúp bạn được họ yêu mến và công nhận, nhờ đó, bạn sẽ tạo dựng được Danh Tiếng cho bản thân.

Đó chính là cách chắc chắn nhất giúp bạn được cả thế giới yêu mến!

Sức mạnh của Lời Khen

Một anh chàng 29 tuổi, hóm hỉnh đi phỏng vấn xin việc ở một công ty sản xuất nọ. Người phỏng vấn là một phụ nữ tầm 30 tuổi, dáng vẻ đạo mạo cùng trang phục công sở chỉn chu. Cô ấy có chiếc cằm nhô và một ít ria mép.

"Đầu tiên, tôi muốn biết," bà ta hỏi, "Anh bao nhiêu tuổi rồi?"

“Bên những cổng vòm sụp đổ và những ảo tưởng điêu tàn,” anh ta nở nụ cười đáp lại một cách hoa mỹ. “Em bằng tuổi chị!”

Nhà tuyển dụng phá lên cười.

“Ý anh là anh cùng tuổi với tôi sao?”

Anh ta gật đầu.

“Cỡ cỡ đó.”

Bà ta hỏi tiếp: “Tôi bao nhiêu tuổi?”

Anh ta tỏ vẻ lúng túng.

“Thôi nào,” nhà tuyển dụng hối thúc. “Sao giờ anh ngập ngừng vậy?”

“Em đang bối rối,” anh ta nói một cách thận trọng, “vì em không biết mình nên trả lời là chị trẻ hơn mười tuổi so với thực tế bởi khuôn mặt xinh đẹp của chị, hay trả lời là chị thông thái hơn mười tuổi bởi sự thông minh của chị!”

Nữ giám đốc nhân sự bỗng chốc đỏ mặt và đổi đề tài. Cuộc phỏng vấn kết thúc chỉ sau đó vài phút.

Hãy khen ngợi mọi người thật lòng. Hãy cho đi lời khen một cách hào phóng, đồng thời khen sao cho phù hợp với từng người hoặc từng hoàn cảnh cụ thể.

Quý bà Pompadour[30] từng nói:

[30] Madame de Pompadour (1721-1764), tên thật là Jeanne Antoinette Poisson, là một quý tộc người Pháp. Bà cũng là người tình của vua Louis XV cho đến cuối đời. Dù chỉ là tình nhân của vua, nhưng bà là một phụ nữ cốt cách và trí tuệ, vừa hỗ trợ nhà vua trong việc triều chính lại vừa giữ được hòa khí với hoàng hậu Marie Leszczynska. Bà nổi tiếng là nhà bảo trợ cho nhiều dự án và các công trình kiến trúc nghệ thuật có giá trị cao đương thời.

“Tước hết toàn bộ gương soi của một phụ nữ, những ánh nhìn của đàn ông sẽ nói rằng cô ấy xinh đẹp thế nào. Tước hết mọi ánh nhìn của đàn ông và của cả phụ nữ dành cho cô ta, thì những đứa trẻ sẽ nói cho cô ấy biết cô ấy xinh đẹp ra sao. Phụ nữ xinh đẹp và phụ nữ không xinh đẹp khác biệt nhau đến nỗi cả thế giới xung quanh họ cũng khác biệt theo!”

Trong câu chuyện kể trên, vị nữ giám đốc nhân sự không hề xinh đẹp, và cô ta biết điều đó. Đối với cô, lời khen giả tạo của anh chàng ứng viên vừa mang tính xúc phạm, vừa công kích vào bộ phận "nhạy cảm" nhất: gương mặt!

Lời khen là thứ ngôn ngữ đề cao Danh Tiếng con người và có tính chất toàn cầu. Tuy nhiên nó cần phải được sử dụng đúng nơi đúng chỗ, vì phản ứng cá nhân của mỗi người đối với lời khen không giống nhau.

Lời khen là cách đơn giản để tạo bầu không khí vui vẻ và gắn kết mọi người; chẳng ai thích bị chỉ trích hay chê bai cả.

Lý do vì sao người này chẳng bao giờ nói chuyện với người kia, đơn giản là vì họ không biết nói gì.

Nhiều người trong chúng ta thích soi mói lỗi lầm hay khuyết điểm của người khác. Chúng ta chẳng mấy khi nhận thức được rằng hành động đó đồng nghĩa với việc tự đề cao bản thân và hạ thấp người khác. Nếu một người chăm chăm "vạch lá tìm sâu", kiếm cớ chỉ trích hay chê bai người khác, đó chẳng qua là một biểu hiện của sự thiếu tự tin.

Khi chúng ta thực hiện một công việc, làm một bài tập hay tiến hành một dự án quan trọng, chúng ta luôn mong muốn nó sẽ được mọi người công nhận.

Khi chúng ta chuẩn bị một bữa ăn, nấu đi nấu lại cho đến khi món ăn thật ngon, đầu tư biết bao nhiêu tâm sức vào đó và trình bày món ăn bằng tất cả nhiệt huyết và trái tim, chúng ta mong muốn được khen ngợi. Nếu không, chúng ta sẽ cảm thấy thất vọng hoặc bị tổn thương.

Khao khát được công nhận của chúng ta bị hờ hững một cách nhẫn tâm.

Trong nhiều trường hợp, sự khác biệt duy nhất giữa người tốt và người không tốt chỉ là một lời khen chân thành!

Chúng ta cảm thấy mình bị đối xử không công bằng, thế là phát sinh mâu thuẫn, cãi vã hay ẩu đả để "chỉnh" lại mọi thứ cho "đúng". Hoặc chúng ta sẽ ghi hận để đợi ngày báo thù.

Kể cả khi bạn bị đối xử không công bằng, nhưng bạn vẫn tỏ ra bình thản, đó có thể là vì xung quanh bạn còn có những người khác, và bạn phải che giấu sự tức giận để giữ thể diện cho bản

thân - cũng là một biểu hiện của Tử Huyệt Danh Tiếng.

Khi những ngôn từ hay hành động của chúng ta đụng chạm đến Tử Huyệt Danh Tiếng của người khác theo cách tiêu cực, chúng thừa sức gây nên những xung đột nghiêm trọng. Đó có thể là những cơn giận dữ, thái độ chống đối cực đoan, sự căm ghét và bạo lực.

Vợ chồng đụng chạm vào Tử Huyệt Danh Tiếng của nhau có thể gây "chiến tranh lạnh", dẹp bỏ mọi cử chỉ yêu thương gắn kết!

Một cô vợ mất thiện cảm với bà chị chồng suốt nhiều năm trời chỉ vì một lần cô vô tình nghe chị chồng ngồi lê đôi mách với hàng xóm:

"Chẳng hiểu sao mà thằng em mình có thể chịu đựng được tính khí nắng mưa thất thường của con vợ nó!"

Một người đàn ông từ mặt anh trai vì một câu lỡ lời vô tình của người anh:

"Vợ chú mày mỗi sáng mang vẻ mặt cau có, quạu quọ như thể anh đã làm gì đắc tội với cô ta vậy!"

Emerson từng nói rằng:

"Đôi khi ta chỉ cần thốt ra hai hoặc ba chữ là đủ để đánh sập lòng kiêu hãnh của một người bất kể lòng kiêu hãnh đó cao ngất trời."

Quá nhiều lần trong đời, chúng ta chứng kiến Tử Huyệt Danh Tiếng mong manh của mình bị khuấy động bởi những hành động hay ngôn từ mang tính công kích "sắc như dao" đó.

Nhớ lại xem, bạn từng chứng kiến bao nhiêu lần trong đời những tình huống con người chịu sự chi phối của Tử Huyệt Danh Tiếng?

Một bà vợ muốn mua bằng được bộ đầm màu tím kết hợp xanh lá cây đắt tiền chỉ để được chồng khen; một ông chồng quyết định mua một chiếc áo khoác xám đen kẻ ca rô mà vợ mình khen nức nở; một cô gái trẻ sắm một chiếc nón vuông độc đáo chỉ để khoe với bạn trai.

Tưởng tượng tiếp xem, ông chồng nọ sẽ bình phẩm chiếc đầm xanh lá cây cộng tím mà vợ đang mặc như thế nào khi chưa thấy giá của nó? Nụ cười của bà vợ trong hoạt cảnh thứ hai khi ông chồng hỏi bà ấy có ưng ý với chiếc áo khoác kẻ ca rô hay không?

Rồi hình dung cảnh cô gái trẻ kia giận dữ như thế nào khi gặp bạn trai hôm Chủ nhật vừa qua, chỉ vì anh ta mải hí hoáy với vết bẩn trên áo mà không mảy may để ý chiếc mũ mới mua của cô.

Khi cô ta hỏi, anh có thích chiếc mũ đó không, anh ta đã nói gì?

“Một cái mũ vuông à? Cưng ơi, nó không hề hợp với dáng em chút nào! Em có chắc em là người mua nó không?”

Cô ấy sẽ phản ứng ra sao, tôi để bạn tự tưởng tượng vậy.

Bạn sẽ cảm thấy thế nào nếu một ngày đẹp trời, bạn mời cô bạn Anna đến chơi nhà, tiếp đón cô ấy là màn ngã chổng vó trong lúc bạn đang thay màn cửa màu xanh lam thành màu nâu hạt dẻ?

Bạn có quên được cảnh tượng ấy, khi bạn đang nằm sóng soài trên nền đất thì cô nàng Anna chỉ chăm chăm nhìn cái màn cửa và nhăn mặt bình phẩm:

“Mình nghĩ là chúng trông không đến nỗi. Nhưng thực tình là cái màu xanh này hợp để làm màu của thảm lót sàn hơn là màn cửa!”

Và kể từ đó, bạn không còn muốn mời Anna ghé nhà chơi nữa, đúng không?

Khi một anh bạn của bạn chọn mua quần áo mới, kiểu tóc mới, lựa chọn mẫu nhà hay thậm chí là chọn vợ, việc đó hẳn là cần đến tiêu chuẩn cá nhân và tốn nhiều thời gian ,công sức của anh ta. Cậu ta có nhiều cảm nhận riêng và muốn chúng được công nhận.

Khi đó, bạn hãy thể hiện sự ủng hộ với những lựa chọn của bạn mình bằng một lời khen chân thành! Hãy nhờ anh ta tư vấn cho một vài vấn đề cá nhân của bạn!

Khả năng khen ngợi của bạn có thể khiến người khác khao khát, yêu quý, bảo vệ và luôn đồng tình với bạn.

Con người luôn cần được công nhận hoặc trân trọng mỗi khi họ làm được việc gì đó hay lựa chọn được một thứ gì đó. Họ muốn được người khác đánh giá cao về mặt ngoại hình, thái độ và thành tựu.

Mỗi người chúng ta có phương trình cảm xúc cá nhân khác nhau, nên sự công nhận phù hợp với mỗi chúng ta cũng khác nhau, chẳng hạn như:

“Cảm ơn nhé! Đó quả là một ý kiến tuyệt vời, Frank!”

Hoặc: “Tôi phải khen ngợi năng lực của cô, Cynthia à. Đây là một bản báo cáo hoàn hảo!”

Hoặc đôi khi chỉ cần đơn giản là: “Anh yêu em!”

Ngoài sự trân trọng trong những mối quan hệ cá nhân, những lời khen ngợi trước đám đông có tác dụng Thôi Miên Cảm Xúc còn mạnh mẽ hơn như thế.

Để đạt được những sự công nhận hoặc hồi đáp thực sự từ người khác, kiên trì, bền bỉ là một phẩm chất cần thiết. Nếu chúng ta hay hành động nửa vời hoặc dễ buông xuôi kiểu “ăn rồng cuốn, uống rồng leo, làm như mèo mửa” thì mọi thứ, từ tình bạn, tình yêu, gia đình, hôn nhân cho đến công việc hay kinh doanh, chúng ta chẳng bao giờ có được sự công nhận đích thực. Chỉ khi đã nỗ lực hết mình và áp dụng đúng đắn Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, chúng ta mới có thể đạt được thành công, Danh Tiếng cũng như sự công nhận mà mình hằng mơ ước!

“Sự kiên trì, bền bỉ là một phẩm chất không thể thay thế được” - Calvin Coolidge[31] từng viết. “Năng lực không thể thay thế được chính là sự kiên trì, bền bỉ. Quả Đất này vốn đã đầy rẫy những người có năng lực mà vẫn không thành công. Tài năng thiên bẩm cũng không, vì có tài năng mà không chịu cố gắng thì cũng vô dụng. Giáo dục cũng không, vì thế giới này vốn đã thừa thãi những giáo trình dạy học không có giá trị thực tế. Chính sự quyết tâm và tính kiên trì, bền bỉ mới là yếu tố giúp chúng ta thành công!”

[31] John Calvin Coolidge, Jr. (1872-1933): Tổng thống thứ 30 của Hợp chủng quốc Hoa Kỳ nhiệm kỳ 1923-1929.

“Ngày hôm nay,” Christopher Columbus[32] đặt bút viết khi đang ngồi trên một chiếc thuyền chông chênh, có thể bị sóng đánh vỡ bất kỳ lúc nào, tiến về phía đại dương vô định, “mặc cho bao mối hiểm nguy bủa vây, chúng tôi vẫn tiếp tục tiến về phía Tây vì đó là nhiệm vụ của chúng tôi!”

[32] Christopher Columbus (1450-1506): nhà thám hiểm nổi tiếng người Ý và là người đầu tiên khám phá ra châu Mỹ.

Để nhanh chóng được người khác công nhận, bạn hãy xác định đúng Tử Huyệt Cảm Xúc thuộc Bộ Tứ Quyền Lực của họ và vận dụng những lời khen phù hợp.

Nhưng điều quan trọng nhất là hãy khen chân thành!

Sau đây là một câu chuyện về vị luật sư nổi tiếng Clarence Darrow[33]. Ông từng tâm sự với một người bạn rằng ông muốn được hỏa táng khi qua đời, và ông muốn phần tro cốt của mình được rải khắp ngọn đồi nhìn xuống công viên Jackson ở Chicago.

[33] Clarence Seward Darrow (1857-1938): luật sư nổi tiếng người Mỹ kiêm nhà hoạt động đấu tranh không mệt mỏi để mang đến công lý cho tầng lớp lao động và những người cùng khổ.

"Nếu điều đó xảy ra," người bạn thở dài, "mỗi ngày sẽ có một ông già lang thang suốt ngày ở công viên Jackson chỉ để xin được tư vấn pháp luật!"

Tôi đoán Clarence Darrow sẽ cảm thấy rất vui và tự hào khi nghe điều đó. Một lời khen vừa thâm thúy lại vừa chân thành.

Ai cũng khao khát được người khác khen ngợi. Một khi Tử Huyệt đó được đánh động theo hướng tích cực, cả bạn và người nghe đều vui vẻ.

L., một học viên của tôi, làm nhân viên bán hàng với tính chất công việc phải xê dịch nhiều. Với những tiệm hớt tóc đã từng cắt tóc cho L., họ biết rằng anh chỉ đến khi cần và sẽ không trở lại lần hai hay trở thành khách quen của tiệm. Nên mỗi khi phục vụ L., họ chỉ làm qua loa cho xong việc.

Là một anh chàng gọn gàng và chỉnh tề, vấn đề lớn nhất L. quan tâm là "Làm thế nào để có một mái tóc ưng ý từ một thợ cắt tóc lạ?" khi anh đã quá ngán ngẩm với chất lượng phục vụ của những tiệm từng cắt tóc cho mình.

Cuối cùng, anh đã nhận ra, chỉ cần tác động vào Tử Huyệt Danh Tiếng của các chủ hiệu tóc bằng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, anh sẽ có kiểu tóc đúng như mong muốn!

Trước khi ngồi vào ghế để được hớt tóc, anh luôn mỉm cười và cúi đầu chào thợ. Để đáp lại, người thợ hớt tóc cũng vui vẻ mỉm cười và cúi đầu chào anh.

Trong khi người thợ đang cắt tóc, anh L. nhận xét rằng:

"Đôi tay anh nhanh thoăn thoắt. Anh đang cắt tóc cho tôi mà tôi thấy nhẹ như không, rất thoải mái và linh hoạt!"

Lời khen khiến người thợ cảm thấy tự hào, và người đó quyết tâm vượt lên chính mình để làm việc tốt hơn, để vị khách tử tế kia có một kiểu tóc tuyệt vời xứng đáng với lời khen.

L. kể tôi nghe rằng mỗi khi anh khen ngợi thợ hớt tóc, người thợ đó sẵn sàng dành thời gian chăm chút cho mái tóc của anh đến nỗi người khác cứ ngỡ anh là khách hàng ruột của tiệm từ rất lâu rồi!

Nếu bạn muốn có một kiểu tóc ưng ý mỗi khi vào tiệm, hãy vận dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc với người thợ hớt tóc dù bạn có quen họ từ trước hay không!

Một lời khen sớm và vừa phải dành cho một người trước khi họ hoàn thành công việc sẽ khiến họ có thêm quyết tâm chứng minh là mình xứng đáng với lời khen đó.

Trong những trường hợp bạn buộc lòng phải phê bình một ai đó, hãy học cách phê bình khéo léo kèm với ít nhất một lời khen hoặc nhận xét tích cực thật lòng. Làm được như thế, bạn có thể góp ý với người khác mà vẫn được yêu mến và không bị ghét.

Nếu cô nhân viên Betty của bạn đi họp trễ, một câu phê bình như:

“Cô có bị gì không mà đi trễ hoài vậy?”

Vừa công kích trực diện vừa không có tính xây dựng hay khuyến khích đối phương thay đổi tích cực.

Thay vào đó, bạn có thể nói:

“Chúng tôi cần cô Betty. Sao cô luôn đi trễ vậy?”

Hãy tìm ra một điểm tích cực trước khi đi vào phân tích vấn đề tiêu cực. Bạn không hề có lợi khi dựng một bức tường chia cách bản thân mình với người nghe bằng những từ ngữ thiếu kiềm chế. Hãy sử dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, bạn sẽ dễ dàng xây dựng những chiếc cầu kết nối cảm xúc mình với bất kỳ ai!

Trong quá trình luyện tập kỹ năng khen ngợi cũng như rèn luyện thái độ trân trọng công sức của mọi người, bạn sẽ nhận ra việc nói những lời tử tế thực sự không dễ, thậm chí khó hơn nhiều so với việc soi mói, tìm lỗi để chê bai. Để làm một người tử tế thực sự, bạn cần cải thiện, nâng cao khả năng sử dụng ngôn từ và hành động, lồng ghép với Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc một cách đúng đắn.

Dù bạn có hào phóng đến đâu, những lời khen tặng không bao giờ là đủ. Ngoài những mối quan hệ thân thiết và dài lâu, chẳng có mấy người tương tác với bạn đủ lâu để có thể nghe hết những lời khen mà họ xứng đáng được nghe từ bạn.

Và bạn cũng vậy. Bạn chẳng quen biết nhiều người đủ lâu để được nghe hết những lời khen mà họ muốn dành cho mình.

Do vậy, hãy nghe lời khuyên của nhà thơ Berton Braley: "Nếu bạn thấy rằng ai đó xứng đáng được khen ngợi, hãy khen họ NGAY BÂY GIỜ. Vì họ sẽ không thể nghe lời khen đó hoặc đọc những gì bạn viết trên mộ của họ khi họ qua đời!"

Hãy biến Sức Mạnh của Lời Khen thành một phần không thể thiếu trong kỹ năng giao tiếp của bạn - trở thành công cụ để thúc đẩy và xui khiến người khác lắng nghe và làm điều bạn muốn.

Và hãy nói ra những lời khen một cách chân thành với Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc!

Định hướng và vận dụng khéo léo Tử Huyệt Danh Tiếng để Thành Đạt trong cuộc sống

Trong suốt nhiều năm nghiên cứu và giảng dạy Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, tôi vô cùng ấn tượng và hài lòng trước những thành quả của các học viên khi họ lĩnh hội và ứng dụng được. Họ biết ứng dụng kỹ thuật này để hiểu bản thân hơn, để giao tiếp thành công hơn và để thành đạt hơn trong cuộc sống.

99% các tương tác hằng ngày giữa con người với con người không thực sự có sự giao tiếp giữa hai bên như chúng ta thường nghĩ. Sự khác biệt giữa giao tiếp thực sự và cố gắng giao tiếp là "một trời một vực"! Điểm khác biệt là ở sự thiết lập mối liên kết cảm xúc giữa hai bên. Khi và chỉ khi Tử Huyệt Cảm Xúc của mỗi bên được tác động đúng, quá trình trao đổi thông tin giữa hai bộ não mới thực sự diễn ra! Nếu thiếu đi sự liên kết hoặc liên kết được kết nối với thông điệp sai lầm, sẽ chẳng ai thực sự tập trung nghe những gì người kia nói.

Bước quan trọng đầu tiên quyết định một cuộc giao tiếp thành công là làm sao xác định được Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của đối phương trong Bộ Tứ Quyền Lực gồm: Bản Thân, Tiền Bạc, Tình Yêu và Danh Tiếng. Khi đã xác định được Tử Huyệt chủ đạo, việc dùng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc để xâm nhập tâm trí của đối phương và thuyết phục họ làm điều bạn muốn sẽ trở nên dễ dàng hơn rất nhiều.

Vậy, làm thế nào để xác định đúng Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của một người?

Đầu tiên, bạn cần phải nắm được định nghĩa và biểu hiện của từng loại Tử Huyệt trong Bộ Tứ Quyền Lực.

Kế đến, bạn lắng nghe và quan sát những lời nói, cử chỉ và hành động của đối phương để xem chúng thuộc nhóm nào trong Bản Thân, Tiền Bạc, Tình Yêu và Danh Tiếng.

Tất cả chúng ta đều có đủ những cung bậc của cả bốn nhóm Tử Huyệt cảm xúc này, và chúng ta luôn biểu hiện chúng trong quá trình giao tiếp dù là ngẫu nhiên hay cố ý. Một khi bạn ứng dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, bạn sẽ dễ dàng nắm bắt được phương trình cảm xúc của đối phương.

Kể cả trong những tình huống giao tiếp gay go hoặc khó khăn nhất, Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc vẫn luôn là chiếc chìa khóa giúp bạn thành công!

Cậu học viên Ralph của tôi có một người bạn thân tên Tom, một anh chàng nghiện rượu. Tom làm nghề kế toán. Anh đã thử biết bao nhiêu liệu pháp điều trị chứng nghiện rượu, từ những lời mách bảo của bạn bè, người thân cho đến lời khuyên của bác sĩ và chuyên gia, nhưng vẫn không hiệu quả.

Ralph và cô vợ June muốn giúp Tom chữa dứt chứng nghiện nguy hại này. Họ đến gặp các bác sĩ cùng Tom và nhận thấy rằng không một bác sĩ nào quan tâm đến cảm nhận của anh cũng như những lý do thẳm sâu bên trong khiến anh nghiện rượu. Cụ thể, họ không hề giao tiếp với Tom trên cơ sở những cảm nhận và nhu cầu cảm xúc của bản thân anh.

Để khám phá ra Tử Huyệt Cảm Xúc CHỦ ĐẠO của Tom, Ralph cố gắng hồi tưởng lại những kỷ niệm giữa hai người từ thời "con chí cắn đôi". Anh cũng cố gắng nhớ lại những ký ức về Tom thời chiến tranh cũng như những lần gặp nhau gần đây nhất và viết thành một danh sách.

Anh biết rõ Tom là người có cái Tôi cực lớn.

Suốt từ nhỏ đến lớn, Tom sẵn sàng gây sự với bất kỳ ai dám động chạm đến cái Tôi của cậu. Ngay từ thời thiếu niên, Tom đã thể hiện sự bực tức và ghen tuông cực đoan với bất kỳ đứa con trai nào dám bén mảng đến gần những cô bạn gái của cậu.

Khi lựa chọn bạn gái, tiêu chí số một của Tom luôn là ngoại hình xinh đẹp; anh luôn muốn người khác nhìn thấy anh sánh đôi cùng một cô chân dài quyến rũ và muốn cho cả thế giới này biết rằng nàng ấy là của anh. Mỗi khi chọn mua vật dụng, anh sẵn sàng bỏ nhiều tiền mua những sản phẩm có mẫu mã đẹp và thiết kế độc đáo bất chấp giá cả đắt đỏ. Tom thích được nghe người khác khen ngợi về khiếu thẩm mỹ, những công trạng anh đạt được, cũng như những mối quan hệ thượng lưu mà anh có.

Ralph phát hiện ra Tom bắt đầu nghiện rượu và sa đọa kể từ hồi đi nghĩa vụ quân sự. Mỗi khi vào bàn nhậu, anh luôn muốn chứng tỏ mình là ngôi sao, cả về tửu lượng lẫn ánh nhìn của đám đông.

Sau khi cân đo đong đếm những thông tin trên, Ralph xác định được Danh Tiếng chính là Tử Huyệt LỚN NHẤT của Tom. Chỉ khi Ralph có thể khuyên Tom thông qua chính Tử Huyệt Danh Tiếng của anh thì mới hy vọng anh ta sẽ lưu ý và kiểm soát chứng nghiện rượu của mình.

Với sự hỗ trợ của June, Ralph thiết kế ra một cuộc hẹn dành riêng cho Tom để đảm bảo việc thuyết phục thành công.

June và Ralph mời Tom cùng năm người bạn khác đến nhà mình ăn tối. Bữa ăn được dọn ra với cocktail. Sau cốc rượu mở màn đầu tiên, Ralph cất hết rượu và June tuyên bố bữa tối bắt đầu.

Các dụng cụ ăn uống cho khách được chuẩn bị trên bàn ăn. Mỗi bộ đầy đủ gồm một chiếc đĩa để thức ăn, dao, nĩa bạc và khăn giấy, trừ của Tom.

Tom chỉ được chuẩn bị một cốc rượu duy nhất.

Thấy những người khác có đầy đủ dao, nĩa và đĩa để ăn còn mình thì không, Tom bắt đầu nổi nóng. Anh ta gọi gia chủ:

“June, cô quên phần tôi rồi à? Đĩa của tôi đâu?”

“Tom à, chúng tôi ăn tối, nên chúng tôi phải dùng đĩa,” June nhanh chóng đáp lại.

“Còn cậu ăn không bao nhiêu mà chỉ toàn uống. Nên tôi nghĩ một cái cốc cho cậu là đủ!”

Tom cau mày khi bị nói như thế. Anh ta cúi xuống nhìn bàn ăn với một sự im lặng đáng sợ.

“Tôi hứa,” Tom nghẹn lời. “Tôi xin hứa sẽ không làm mọi người xấu hổ khi đi cùng tôi nữa. Làm ơn cho tôi xin một cái đĩa và một bộ dao, nĩa được chứ?”

Tình huống trên quả thật khiến Tom phải tự xem lại chứng nghiện rượu của mình. Lần đầu tiên, có người chạm vào được những cảm xúc - chứ không chỉ suy nghĩ - sâu thẳm nhất của anh về những sai lầm của mình. Một nỗi sợ liên quan đến danh dự còn lớn hơn cả sĩ diện trên bàn nhậu của anh ta.

Do tình huống đã được thiết kế chỉ để dành riêng cho Tom, nên nó đã thực sự tác động đến anh. Và những cảm xúc trong buổi hôm đó của Tom sẽ đọng lại trong ký ức anh, bởi Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của anh đã bị đánh trúng chính xác!

Ralph và June kể tôi nghe rằng sau hôm đó, Tom vẫn là bạn tốt của họ và cậu ta thực sự giữ lời. Cậu vẫn là Người Vị Danh như thuở nào - nhưng đáng yêu và tuyệt vời hơn hẳn trước kia. Ba năm sau bữa tối khó quên ngày hôm đó, cậu ta lấy vợ. Mặc dù Tom và mấy người bạn vẫn thường xuyên tiệc tùng với nhau, cậu ta quả thật không còn quá chén như trước!

Còn cô T., một giáo viên phổ thông trung học, thì lại trải nghiệm Tử Huyệt Danh Tiếng trong lĩnh vực giao tiếp với đám đông.

Vấn đề của cô ấy:

“Tôi phải vận dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc như thế nào để cải thiện điểm số của các học sinh trong lớp học tiếng Pháp tệ nhất của tôi?”

Cô T. thực sự hết kiên nhẫn với lớp học gồm 38 em học sinh đó. Điểm số của cả lớp chưa bao giờ vượt quá 40. Do vậy, cô đã tham gia khóa học của tôi và quyết định vận dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc để cải thiện tình hình. Sau khi loại trừ ba Tử Huyệt kia, cô kết luận rằng cách tốt nhất để tác động đến học trò chính là thông qua sĩ diện, tức Tử Huyệt Danh Tiếng của chúng.

Cô tiến đến bảng đen, quay lưng về phía các học sinh.

“Các em có biết, muốn đậu môn tiếng Pháp của cô thì cần tối thiểu bao nhiêu điểm không?” Cô T. hỏi. “Là 75, các em rõ chứ?” Cô vừa nói vừa viết con số 75 lên bảng.

“Vậy các em có biết mình được bao nhiêu điểm trong bài kiểm tra môn tiếng Pháp vừa qua?” Cô giáo hỏi tiếp. “Toàn là 40, 55, cùng

lắm là 60. Cô cũng phải viết những con số này lên bảng thôi."

Cô viết chúng lên bảng thật.

"Bị điểm kém thế này có gì ghê gớm không? Không tệ lắm nhỉ. Đó là một nỗi nhục, một sự xấu hổ lớn khi những con số đáng thất vọng đó đứng hiên ngang ngay bên cạnh tên các em - những cái tên đẹp đẽ do cha mẹ các em đặt mà tất cả các em đều tự hào. Các em thấy sao khi cô đọc tên các em: Em M. Brown - 40 điểm; J. Gramme - 55 điểm; O. Zipey - 60 điểm."

Cô giáo vừa dạy dỗ học trò vừa viết những cái tên cùng các điểm số "đáng xấu hổ" lên bảng.

"Các em có thấy rằng tên mình xứng đáng đi với những điểm đẹp hơn thế? Một con số đẹp đẽ hơn như 95, 85 hay 100 chẳng hạn? Nếu các em muốn, cô sẽ cho các em một cơ hội để chứng minh!"

"Ngày mai sẽ có thêm một bài kiểm tra tiếng Pháp nữa. Hãy nhớ, điểm số đứng cạnh tên các em sẽ cho tất cả mọi người ở đây thấy cái tên đó là một niềm tự hào hay một sự sỉ nhục đối với cái lớp này!"

Quả thật, sau mấy lời giảng đạo đánh trúng Tử Huyệt Danh Tiếng của các học trò, điểm số của cả lớp tăng đến 26%, một tỷ lệ đáng kể!

Khao khát nổi tiếng, sự mất mặt hay mất danh dự là những động lực cảm xúc mạnh mẽ thúc giục cá nhân hoặc nhóm làm việc hiệu quả hơn, bất kể những khó khăn hoặc rào cản về mặt tài chính, trình độ, địa vị xã hội hoặc khiếm khuyết cơ thể. Trong nhiều trường hợp, Danh Tiếng chính là động lực chủ đạo khiến con người tham vọng và dám dấn thân bất chấp hoàn cảnh.

Beethoven trở thành nhạc sĩ vĩ đại dù bị điếc; nhà thơ Byron bị tật ở chân; Helen Keller lấy được bằng đại học và trở thành nhà hoạt động nổi tiếng dù bị mù, câm, điếc từ nhỏ; Glenn Cunningham bị tật ở bắp chân do bỏng nặng lúc nhỏ nhưng vẫn vươn lên, trở thành một trong những vận động viên điền kinh vĩ đại nhất mọi thời; triết gia Hy Lạp cổ đại Demosthenes vốn bị tật nói lắp, mắc bệnh phổi mãn tính và có chất giọng khàn khó nghe nhưng lại trở thành một trong những nhà hùng biện lừng danh nhất thời bấy giờ; cậu bé nghèo khổ George Washington Carver ngày nào vẫn có thể vươn lên trở thành một nhà khoa học vĩ đại; Perry Como trở thành ca sĩ nổi tiếng dù trước đó ông chỉ là một anh chàng hớt tóc dạo.

Những con người vĩ đại kể trên cũng như nhiều cá nhân xuất chúng khác, họ có thể vượt qua muôn vàn trở ngại, khó khăn để thành công chính là nhờ vào khát khao khẳng định bản thân cháy bỏng. Khát khao tạo nên động lực cảm xúc mạnh mẽ giúp họ làm nên kỳ tích. Và bạn cũng có thể làm được như họ.

Một khi Danh Tiếng trở thành động lực cảm xúc CHỦ ĐẠO của bạn, bạn sẽ nhận ra:

"Muốn được mọi người công nhận, trước hết hãy biết công nhận và trân trọng thành công của người khác!"

Mặc dù mức độ quyết tâm của mỗi người không giống nhau, nhưng hầu như tất cả chúng ta đều khao khát thành công và thành đạt trong cuộc sống, và muốn nhanh chóng có được chúng. Tất cả những người đàn ông hay phụ nữ khao khát thành công thực sự đều biết cách dốc toàn lực vào ước mơ của mình và liên tục buộc mình phải vượt qua giới hạn của bản thân. Trong nhiều trường hợp, họ thành công chính bởi "cái khó ló cái khôn" - những khuyết tật hay khó khăn buộc họ phải quyết tâm và cố gắng hơn gấp nhiều lần so với người bình thường.

Cầu thủ ném bóng chày Carl Derose của đội Kansas City Blues có một cánh tay bị chấn thương mãn tính. Những người khác bảo anh nên kết thúc sự nghiệp vì cánh tay đó sẽ khiến anh không thể chơi bóng chày cường độ cao được, nhưng Derose kiên quyết không khuất phục chấn thương. Anh nỗ lực luyện tập chăm chỉ hơn tất cả những cầu thủ khác để giành lấy cơ hội trở lại các giải đấu đỉnh cao.

Ấn tượng bởi sự cố gắng không mệt mỏi của Derose, huấn luyện viên đã cho phép anh được ra sân trong trận đấu quan trọng gặp câu lạc bộ Minneapolis - một đội bóng nổi tiếng với lối chơi rắn - vào ngày 26 tháng 6 năm 1948.

Suốt trận đấu, Derose ném bóng vô cùng chuẩn xác. Đến lần ném bóng thứ năm, tay của anh bắt đầu đau vì chấn thương cũ, trong khi cả đội vẫn chưa xuyên thủng được Minneapolis.

Khao khát chứng tỏ bản thân trước những ánh nhìn nghi ngại của đồng đội và những người xung quanh, Derose dốc toàn bộ sức lực còn lại để tiếp tục thi đấu. Mặc dù mỗi lần ném bóng là mỗi lần đau đớn khôn cùng, anh vẫn không ngừng tiến tới để cố gắng ghi điểm cho đội mình. Nỗ lực không mệt mỏi của Derose đã truyền cảm hứng cho các đồng đội; và kể từ lúc đó trở đi, cả đội bỗng chơi

khí thế hơn hẳn, đánh bóng chuẩn xác đến từng milimét.

Khi Minneapolis gục ngã ở lần ném bóng thứ chín, anh chàng Carl Derose mệt lả người đã làm nên kỳ tích, trở thành cầu thủ bóng chày đầu tiên trong lịch sử Hoa Kỳ ném bóng hoàn hảo trong suốt một trận đấu.

Toàn đội Minneapolis lãnh một trận thua để đời!

Khổng Tử dạy rằng:

"Đắp đất xây một ngọn núi nhưng lại buông xuôi khi chưa chạm đến bầu trời, đó chính là thất bại."

Khi danh vị trỗi dậy, quyết tâm sẽ thăng hoa!

Ví dụ dễ thấy nhất chính là những người làm trong lĩnh vực nghệ thuật - họa sĩ, nghệ sĩ, nhà văn và giới giải trí. Họ là những người bị thúc giục mãnh liệt bởi sự nổi tiếng. Giới ca sĩ, diễn viên tự cổ chí kim không chỉ diễn xuất trên sân khấu mà còn nổi tiếng với vô số chiêu trò ngoài đời chỉ vì khát khao được công chúng nhớ mặt thuộc tên.

Còn với phần lớn những ngành nghề khác, người ta thường lấy mức lương làm thước đo địa vị hay Danh Tiếng trong nghề!

Tương tự như những Tử Huyệt khác, người bị ám ảnh bởi Danh Tiếng sẽ ít nhiều biểu hiện Tử Huyệt đó của anh ta trong giao tiếp hằng ngày. Bạn có thể tìm thấy những dấu hiệu tố cáo "tim đen" của anh ta trong các cuộc trò chuyện cá nhân, lời nói, cử chỉ, hành động, hình thức và thói quen của anh ta.

Việc người đó có phải là một người "tử tế" trong mắt bạn hay không tùy thuộc vào những nhu cầu và phương trình cảm xúc của chính bạn, và phản ứng của anh ta đối với những lời nói và hành động của bạn!

Cũng như bao người khác, anh ta sở hữu đủ Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc bao gồm những khát khao tích cực và cả những nỗi sợ tiêu cực liên quan đến chúng. Nhưng đối với anh chàng này, Danh Tiếng mới là Tử Huyệt Cảm Xúc CHỦ ĐẠO, là nhân tố khiến anh ta chú ý, cũng như là động lực mạnh nhất của anh ta trong mọi việc. Do vậy, những người sử dụng thành thạo Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc có thể dễ dàng nhận diện loại người này để từ đó giao tiếp thành công với anh ta.

Những Người Vị Danh có nhiều đặc điểm cảm xúc khác nhau để nhận dạng, nhưng tất cả chúng đều hướng về một kiểu duy nhất. Mỗi khi gặp gỡ ai hoặc đứng trước đám đông, một anh chàng Vị Danh luôn đảm bảo quần áo của mình tuyệt đối chỉnh tề, cà vạt tươm tất, và đến cái khăn tay trong túi áo cũng phải thật chỉn chu từng li từng tí. Anh chàng này luôn chỉnh lại quần và tay áo mỗi khi ngồi - nhất là sau khi anh ta vừa đặt thứ gì đó lên đùi mà có thể làm nhăn quần. Vì sao anh ta lại kỹ tính đến thế? Vì anh ta không muốn người khác nhìn thấy những nếp nhăn. Anh ta thực sự quan tâm đến vẻ ngoài của mình. Hói đầu và tóc bạc là vài trong số những thứ anh ta ghét cay ghét đắng - nhất là khi chúng xuất hiện trên đầu anh ta.

Khi nói chuyện, anh chàng này thường thích cường điệu vấn đề và hay khoe mẽ rằng mình có quen ông này bà nọ. Trong những sự kiện đặc biệt, anh ta thích đồng hành cùng những người quan trọng hoặc hấp dẫn. Anh ta cảm thấy tự hào mỗi khi mọi người chú ý đến mình. Anh chàng này có thói quen soi gương nhiều hơn người bình thường một chút. Đôi khi anh ta soi gương chỉ để chải ngược mái tóc của mình ra sau một chút nhưng vô cùng, vô cùng nhẹ nhàng, để rồi sau đó anh ta sẽ lấy một nhúm tóc nhỏ kéo lên phía trước một cách cẩn thận để trông vừa bảnh lại vừa oách. Tuyệt vời!

Anh chàng Vị Danh là một gã trai cầu toàn. Niềm kiêu hãnh mang anh ta lên chín tầng mây!

Người phụ nữ Vị Danh cũng có nhiều đặc điểm và thói quen tương tự như anh chàng kể trên.

Một câu nói cửa miệng của cô nàng này:

“Chiếc áo này khiến tôi trông béo hơn bình thường.”

Hoặc đại loại như thế. Đó có thể là một cô nàng chải tóc hoài không biết chán, hoặc không ngừng kiểm tra xem đôi tất của mình có bị nhăn không. Nhiều cô nàng Vị Danh là khách hàng thường xuyên của những cửa hiệu thời trang có tiếng để đảm bảo cái cảm giác yên tâm rằng những chiếc đầm của mình long lanh không tì vết. Trong một số trường hợp cực đoan, đó là những cô nàng mang giày ba ta, mặc quần ngắn hay denim nhưng lại “quên khuấy” việc gỡ đôi bông tai hột xoàn chỉ dùng để đi với váy dạ hội! Một số cô không chỉ đánh phấn cho trắng mặt mà còn phủ luôn cả hai tai. Không ngạc nhiên khi quần áo, tóc tai vẫn luôn là một trong những chủ đề ưa thích của các chị em mỗi khi buôn chuyện.

Những anh chàng và cô nàng Vị Danh là những người nhạy cảm và rất dễ "tổn thương", sẵn sàng ghi hận và tìm cách trả đũa những ai động chạm đến danh dự của họ. Nhiều người trong số họ thậm chí ăn không ngon, ngủ không yên nếu không trả thù được những kẻ xấc xược đã khiến họ mất mặt.

Một nhược điểm phổ biến của những Người Vị Danh chính là sự đề cao cái tôi thái quá - một thái độ rất dễ khiến người đối diện mất thiện cảm. Trong khi đó, giao tiếp Thôi Miên Cảm Xúc đòi hỏi người giao tiếp phải biết ưu tiên đề cao người kia hơn bản thân mình.

Do vậy, nếu bạn là một Người Vị Danh mong muốn được mọi người chú ý, lắng nghe và yêu mến hơn, hãy bớt dần những đại từ "tôi" trong giao tiếp. Mà thay vào đó, hãy dùng BẠN, ANH, CHỊ... CHÚNG TA... vấn đề CỦA CHÚNG TA... gia đình CỦA BẠN và tôi... chẳng hạn. Những đại từ này sẽ luôn giúp bạn điều khiển Tử Huyệt Danh Tiếng của mình theo hướng có lợi và tích cực, giúp bạn thành công hơn trong giao tiếp!

Những người có khiếu hài hước có rất nhiều tiềm năng khai thác Tử Huyệt Danh Tiếng của chính họ theo hướng có lợi.

Tại sao nhiều người thích kể chuyện cười? Vì đó là một cách thu hút mọi người xung quanh và củng cố Danh Tiếng cá nhân thông qua việc lấy tiếng cười của đám đông! Tuy nhiên, về mặt cảm xúc, cười vừa là một hành động, nhưng cũng có thể là một... phản ứng!

Cô con gái nhỏ của một danh hài nọ đi xem một bộ phim có bố mình diễn trong đó. Trong khi các khán giả phá lên cười, cô bé lại khóc.

Mẹ cô bé liền hỏi lý do, cô bé nói mình khóc vì nghĩ là người ta đang cười vào bố mình - chứ cô bé không biết là chính diễn xuất của bố cô đã chọc cười khán giả!

Mỗi khi bạn nói chuyện với ai, nếu người đó thường xuyên cắt ngang lời bạn, hẳn là bạn sẽ có cảm giác người này thật phiền toái hoặc bất lịch sự. Sự thực anh ta không có ý đó. Anh ta làm thế như một cách để tranh thủ cơ hội chứng tỏ bản thân cũng như Danh Tiếng cá nhân của mình. Anh ta không thể đợi bạn nói hết suy nghĩ trong đầu bạn bởi vì anh ta quá hồi hộp không biết là bạn có lắng nghe lời nói của anh ta hay không!

Do vậy, hãy lưu ý đến những người thích cắt ngang mỗi khi bạn đang nói; hãy giao tiếp thành công với bất kỳ ai bằng những ngôn

từ và hành động khéo léo, giúp giữ thể diện cho cả đôi bên!

Trên đây là vài đặc điểm phổ biến của những đối tượng mà chúng ta gọi là Người Vị Danh. Trên thực tế vẫn còn rất nhiều biểu hiện khác mà bạn có thể dùng hiểu biết và trực giác của mình để phán đoán xem đó có phải là một Người Vị Danh hay không, để từ đó có phương cách giao tiếp phù hợp.

Tử Huyệt Danh Tiếng là một công cụ Thôi Miên Cảm Xúc có tính chất đề cao hoặc chọc tức cái tôi của con người.

Mỗi chúng ta đều có một cái tôi to xù ẩn giấu đâu đó kể cả khi chúng ta có thừa nhận hay không. Vì thế, sau đây là hai cách giúp bạn giao tiếp hiệu quả hơn để thành công hơn trong cuộc sống bằng việc sử dụng Tử Huyệt Danh Tiếng một cách đúng đắn:

1. Nếu bạn cho rằng mình là một cá nhân tài năng hoặc quan trọng, hãy để người khác công nhận điều đó thay vì tự đề cao bản thân!

2. Hãy khiêm tốn. “Lùi một bước, tiến ba bước” - một khi bạn có thể nhún nhường một cách khéo léo trước đối phương, bạn cũng đồng thời làm cho họ cảm thấy mình “cao” hơn; và như thế, họ sẽ yêu mến bạn hơn!

Có một câu chuyện như sau: Các cuộc gặp gỡ hằng tháng của tập thể nhân viên một công ty nọ càng lúc càng thưa vắng vì không còn nhiều người hào hứng tham dự. Vị Chủ tịch công ty cùng Ban giám đốc bèn viết thư mời gửi từng nhân viên và thậm chí gọi điện thoại cho từng người, nhưng vẫn không cải thiện được tình hình.

Kết quả là Ban giám đốc bị một phen bẽ mặt khi buổi hội họp ngày hôm đó có thuê cả người dẫn chương trình truyền hình nổi tiếng tham gia dẫn dắt nhưng số người đến dự chỉ đếm trên đầu ngón tay.

Để chuẩn bị cho buổi gặp mặt kế tiếp, Ban giám đốc quyết định mời một MC khác. Lần này, họ báo trước cho toàn thể nhân viên về tên tuổi người MC và nội dung chương trình bằng cách gửi thư riêng cho từng nhân viên kèm với một huy hiệu cài áo.

Đến tối hôm diễn ra buổi gặp gỡ, cả hội trường chật kín người vì sự có mặt của hơn hai trăm thành viên và khách mời.

Hơn nửa trong số những người này đeo chiếc huy hiệu màu xanh

vàng trong đó có tên nhân viên kèm với chức danh:

Phó Chủ tịch

BAN TIẾP TÂN

Số lượng người tham dự tăng vọt nhờ cái huy hiệu với một chức danh thật kêu đã đánh động Tử Huyệt Danh Tiếng của bọn họ!

Không cần biết bạn là ai, hãy khiêm tốn và ưu tiên cho đối tượng giao tiếp của mình!

Hãy thừa nhận rằng bạn không phải mẫu người thông minh xuất sắc, rồi mọi người sẽ yêu quý bạn hơn, vì bạn dám thẳng thắn thừa nhận mình chưa bằng họ. Khi đó, họ sẽ dễ dàng đồng thuận với mọi điều bạn nói... làm những gì bạn muốn... và thậm chí muốn kết thân với bạn.

Khi tướng Eisenhower đến thành phố New York, ông nói rằng: "New York lẽ ra cần phải phục vụ tốt hơn nữa những anh chàng nông dân Kansas để củng cố và nâng cao danh tiếng của nó với tư cách là một thành phố đa sắc tộc phồn thịnh!"

Chỉ với câu nói đó, ông đã làm cho hàng nghìn người dân cảm thấy tự hào về bản thân mình.

Khi trở thành Tổng thống, Franklin D. Roosevelt luôn mở đầu các cuộc trò chuyện với cụm từ gần gũi: "Xin chào những người bạn của tôi...!"

Bạn và tôi và tất cả mọi người ở đây - NHỮNG BẰNG HỮU THÂN THƯƠNG của Tổng thống Mỹ!

Hãy rèn luyện sự khiêm tốn như một phản xạ, thói quen hay thậm chí một tính cách giúp bạn được mọi người quan tâm, yêu mến và dễ thành công hơn!

Một cựu học viên của tôi từng thuyết trình về đề tài: "Dick Tracy, nhân vật truyện tranh yêu thích nhất của tôi." Cậu ấy mở đầu bài thuyết trình bằng câu hỏi: "Bạn có thích cảm giác mà mỗi khi xuống phố, mọi người nhận ra bạn chính là viên thám tử thông minh và dũng cảm nhất đất Hoa Kỳ?"

Câu hỏi đã đánh động Tử Huyệt Danh Tiếng của các khán giả và kích thích sự chú ý lắng nghe của mọi người một cách thành công.

Cũng giống như ba Tử Huyệt kia, Tử Huyệt Danh Tiếng là một bộ phận lớn hiện hữu mãnh liệt trong cấu trúc cảm xúc của mỗi người chúng ta cũng như ở mọi đội nhóm hay tập thể.

Một khi nắm bắt được tầm quan trọng của Tử Huyệt Danh Tiếng đối với con người, bạn sẽ dễ dàng nhận diện ra nó trong bản thân mình cũng như ở người khác. Để từ đó, bạn sẽ dễ dàng kiểm soát cảm xúc của bản thân trước những sự tác động có tính chất Thôi Miên Cảm Xúc cũng như rèn giũa ngôn từ và hành vi giao tiếp của mình trở nên sắc bén hơn.

Một khi bạn có được một sự hiểu biết và khả năng làm chủ cảm xúc ổn định như thế, Tử Huyệt Danh Tiếng sẽ không còn là một "điểm yếu chết người" của bạn nữa, mà chính là chiếc chìa khóa dẫn bạn đến mọi Thành Công và Thành Đạt trong cuộc sống!

Bạn đã sẵn sàng để thành công?

Chương 8

VƯỢT QUA MỌI NỖI LO LẮNG, SỢ HÃI VÀ MUỘN PHIỀN BẰNG PHƯƠNG PHÁP THÔI MIÊN CẢM XÚC

Lúc đó là 6 giờ 30 sáng.

Đôi mắt xanh biếc của "Gladys" mở to trong khi cô ngồi dậy tắt chiếc đồng hồ báo thức đang kêu inh ỏi. Tay phải cầm món vật dụng vừa hữu ích nhưng cũng vừa phiền toái này trong khi các ngón tay trái nhấn công tắc cái rụp.

Không gian đã yên tĩnh trở lại... trừ tiếng chim hót buổi sáng.

Gladys cảm thấy thật tỉnh táo. Cô bật khỏi giường, kéo rèm cửa sổ sang hai bên để nhìn ra khung cảnh bên ngoài và mỉm cười với ông mặt trời.

Cô vận động cơ thể một chút sau giấc ngủ ngon. "Mình nên mặc gì cho ngày hôm nay nhỉ?" Cô thơ thẩn. "Phải là một bộ nào đó có màu sắc thật sáng sủa, tươi vui - giống như buổi sáng đẹp trời này vậy."

Một cách nhanh chóng, cô lấy từ trong tủ quần áo ra một chiếc đầm màu đào và mặc lên người. Cô xoay người trước gương hai lần với điệu bộ duyên dáng, vừa ngân nga vừa nhún nhảy trên đôi giày vải xinh xắn.

7 giờ 20, cô đội một chiếc mũ thủy thủ màu đỏ rực rỡ lên mái tóc vàng nâu bồng bềnh, vừa đội vừa huýt sáo vui tươi. Năm phút

sau, cô bước lên một chiếc xe buýt màu xanh lá cây và niềm nở chào bác tài Gus, "Xin chào!"

"Buổi sáng tốt lành, thưa cô," Gus mỉm cười đáp lại vị khách đầu tiên và duy nhất trên xe buýt lúc này. "Nhưng nó sẽ không tốt lành với tất cả chúng ta. Hôm nay là Thứ Sáu ngày Mười Ba, cô biết chứ!"

Gladys chưng hửng. "Hôm nay? Thứ Sáu ngày 13?" Khuôn mặt trái xoan xinh đẹp của cô bỗng chốc hiện lên nét hoảng sợ. Mắt cô mở to. Tay trái của cô run rẩy nắm chặt tay vịn của xe buýt trong khi cô bỏ các đồng xu vào hộp thu phí.

"Bác Gus, hãy làm ơn..." Cô nài nỉ. "Chạy chậm, thật cẩn thận!"

Sợ sệt, cô ngồi hàng ghế đầu, ngay sau lưng bác tài. Mồ hôi túa ra như tắm và nhỏ giọt trên trán. Đôi môi cô run rẩy.

Khi Gus đang giảm tốc để chuẩn bị rẽ ở một ngã tư phía trước, Gladys nhanh chóng đứng dậy và tiến về phía cửa ra dù xe chưa tới nơi cô cần đến.

"Có chuyện gì vậy, thưa cô?" Bác tài vừa hỏi vừa quay vô lăng. "Cô để quên gì sao?"

"Không, chỉ là tôi vừa sực nhớ ra vài chuyện!" Gladys trả lời với giọng khó nghe và vội vàng. "Sáng nay tôi hát hò trước khi ăn sáng và huýt sáo trước khi đi." Cô thở dài. "Mỗi khi ra khỏi nhà, tôi luôn bước bước đầu tiên bằng chân phải; nhưng sáng nay, tôi lại bước chân trái!" Cô khóc thút thít. "Hôm nay là thứ Sáu, ngày 13. Gus, tôi phải quay về nhà thôi. Ngày hôm nay của tôi đi tong rồi!"

Bạn có phải là người mê tín dị đoan? "Gladys" có phải là một trường hợp quá cực đoan theo quan điểm của bạn? Câu chuyện tôi vừa kể có khiến bạn liên tưởng đến bản thân mình hay một người quen nào giống như vậy không?

Bạn có lo sợ mỗi khi nhìn thấy mèo đen trong nhà? Bạn có tin vào quy luật "bất quá tam" mà dân gian truyền miệng?

Hàng triệu người trên thế giới này tin vào điều dị đoan. Vì mỗi chúng ta là một cá thể khác nhau, nên niềm tin và cách chúng ta mê tín cũng không giống nhau mỗi khi diễn dịch ý nghĩa của một sự vật hay sự việc "bất thường" nào đó.

Mê tín dị đoan là những sự tưởng tượng gắn liền với nỗi sợ.

Tại sao gặp mèo "đen" lại xui, trong khi những chú mèo màu khác thì "không sao"? Ngay từ thời cổ đại, màu đen đã được con người so sánh gắn liền với bóng đêm và những điều bí ẩn mà họ không giải thích được. Còn vì sao đó là mèo chứ không phải một con gì khác, điều này bắt nguồn từ những bài hát ru và những câu chuyện cổ tích về phù thủy từ thuở xưa. Và thế là, cũng giống như những ký ức khác lớn lên theo năm tháng cùng với những trải nghiệm sống, "những chú mèo đen" tượng trưng cho sự xui rủi trong tâm trí mỗi chúng ta cũng lớn lên theo!

Dù độc ác, các nhân vật phù thủy luôn có chỗ đứng vững chắc trong văn chương nghệ thuật - và nhân vật phản diện khiến cho công chúng chú ý và theo dõi không thua gì vai chính diện. Ngay cả William Shakespeare cũng phải có vài nhân vật phù thủy xuất hiện trong các tác phẩm của mình.

Còn nỗi sợ "bất quá tam" cũng xuất hiện từ lâu, nhưng nó được gieo rắc và trở nên phổ biến kể từ chiến dịch quảng cáo của một nhà sản xuất diêm với mục đích muốn chúng ta dùng nhiều diêm hơn.

Cô nàng Gladys đã thể hiện sự mê tín dị đoan cực độ khi phản ứng một cách hoảng loạn trước thông tin hôm đó là Thứ Sáu ngày 13.

Nhân tố gây sợ hãi ở đây không phải là Thứ Sáu mà là con số "13"! Kể cả cho đến ngày nay, nhiều tòa cao ốc ở New York cũng như các thành phố khác không có tầng 13. Ngay cả những người thuê nhà hay thuê phòng cũng không dám đặt số phòng 13.

Nhiều máy bay không có hàng ghế thứ 13.

Các nhà tâm thần học ở Trung tâm Y khoa New York từng làm một nghiên cứu về "Nỗi Sợ số 13". Ngay trong tòa nhà cao tầng nơi họ làm việc cũng không có tầng thứ 13. Mà thay vào đó, tầng nằm giữa tầng 12 và 14 được đặt tên là "Tầng P".

Rốt cuộc, 13 là gì? Đơn giản chỉ là một con số!

Một ông chủ nhà hàng ở Luân Đôn lại khẳng định 13 là con số may mắn nhất của ông. Nhờ con số này mà ông trúng giải độc đắc xổ số Vương quốc Anh với trị giá giải thưởng lên đến 392.000 đô la. Ông kể rằng: "Số nhà tôi là 13. Tôi mua vé số vào Thứ Sáu ngày 13 - và nó thuộc dãy vé thứ 13 lúc tôi mua. Thế là tôi trúng giải."

Chính sự khao khát may mắn đã lôi kéo hàng triệu người bỏ cả đống tiền mua những vật dụng cầu may như bùa hộ mệnh và

chân thỏ, bất chấp sự thật rằng có một con vật phải xui xẻo mất mạng để có bùa cho họ mua: con thỏ!

Bạn lo sợ vì mình vừa làm vỡ gương? Bạn lo lắng về "đại hạn" sau mỗi chu kỳ bảy năm? Không! Không đâu! Hàng nghìn người sẽ thề với bạn rằng BẢY là một con số vô cùng may mắn. Chẳng phải ngẫu nhiên mà mấy tay chia bài ở sòng bạc thường nói rằng: "Chơi nào, anh bạn số 7 may mắn!"

Bạn có cho rằng hành động mở ô trong nhà hay trong cơ quan là xui? Tôi không biết, nhưng tất cả các chuyên gia về ô sẽ bảo đảm với bạn rằng đó là cách tốt nhất để làm khô chiếc ô và sử dụng nó được lâu hơn!

Bạn có tin các bà đồng hay thầy bói? Theo một thống kê gần đây, người Mỹ bỏ ra hơn 150.000.000 đô mỗi năm cho các dịch vụ bói toán, dự đoán tương lai, xem chỉ tay, bói bài, chiêm tinh, tử vi... Họ thậm chí chi tiền mạnh tay để mua hàng đống tượng phong thủy về nhà với mục đích cầu may. Nào là sách bói mộng, thần dược tình yêu, muối hộ mệnh để rắc lên người mỗi khi đi dưới gầm thang cứu hộ để giải xui...

Chừng nào con người còn tin vào vận may, chừng đó hằng hà sa số những tín điều không có cơ sở khoa học này vẫn luôn tồn tại và tiếp tục tồn tại. Vận may gắn liền với Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc cố hữu trong mỗi con người.

Cũng do mỗi người chúng ta sở hữu cấu trúc và phương trình cảm xúc khác nhau, nên hầu như người nào cũng có vài sự mê tín của riêng mình.

Một cô nàng Vị Danh mà tôi biết luôn thực hiện một nguyên tắc, ở bất cứ tòa nhà nào cô đến, cô cũng phải đi vào và đi ra cùng một cửa! Nếu hôm nào lỡ khinh suất ra - vào khác cửa, cô sẽ lo lắng đến mất ăn mất ngủ, trừ phi có một thứ gì khác đủ sức khiến cô phân tâm để không còn nghĩ ngợi về điều đó nữa. Thứ đó có thể là một sự hấp dẫn giới tính, một lời hứa tương lai, một sự vật mới mẻ nào đó, một người mới quen đặc biệt hay một Trải Nghiệm Mới cô chưa từng có!

Mê tín dị đoan cũng có mặt tích cực và mang lại niềm vui nếu bạn nhìn nhận nó một cách nhẹ nhàng và thoải mái. Bằng không, nó sẽ khiến bạn suốt ngày âu lo, bực dọc. Nó sẽ kiểm soát và làm bó hẹp tâm trí bạn, gây ra nhiều mâu thuẫn và xung đột.

Việc một tấm biển quảng cáo vô tình rơi xuống và suýt trúng đầu

bạn ngay trong ngày đầu tiên bạn mặc chiếc áo khoác nâu mới mua chẳng có gì bí ẩn đằng sau cả.

Vậy mà nhiều người trong chúng ta khi gặp chuyện tương tự sẽ liên tưởng đến những điềm báo xui rủi, âu lo và bực dọc một cách vô duyên vô cớ mỗi khi ra đường mà quên mặc cái áo nâu "may mắn" đó!

Hãy nhìn thẳng vào những cảm xúc của chính mình! Đối mặt với Bộ Tứ Tử Huyệt trong tâm hồn bạn. Hãy hiểu rõ những thành phần đã làm nên chúng, để từ đó bạn có thể dễ dàng nhận diện chúng mỗi khi gặp chuyện. Làm được như thế, bạn sẽ hiểu được chính mình - cũng như dự đoán được những phản ứng của người khác đối với những hành vi và ngôn từ của mình!

Những nỗi sợ của chúng ta được bao bọc bởi rất nhiều lớp ngụy trang khác nhau, mà mê tín dị đoan chỉ là vài lớp trong số đó.

Bạn sợ cái gì, làm sao mà bạn lại sợ những thứ đó... là những điều mà người khác khó lòng hiểu hay đọc được từ bạn nếu bạn không nói.

Họ không thể cảm nhận được rằng bạn đang lạnh sống lưng... rằng môi bạn đang đơ cứng... rằng mắt bạn đang chớp bất thường... rằng thần kinh bạn đang hỗn loạn... rằng tim bạn đang đập thình thịch như muốn nhảy ra ngoài... rằng cảm giác lo sợ cho sự an toàn bản thân đang kêu réo trong bạn... rằng bạn đang cố tình né tránh những con người, những tình huống hay nơi chốn khiến mình sợ hãi.

Chúng ta thường có phản ứng sợ hãi khi nào? Đó là khi có ai đó gí súng sau gáy bạn rồi nói: "Giơ tay lên. Cướp đây!"; là khi bạn phải đi bộ băng qua một khu rừng có thú dữ dưới màn đêm tối om chỉ có những đốm sáng lập lòe; là khi bạn sợ đến cứng người hoặc la thất thanh hết ba hồn bảy vía vì đang ngồi trên chiếc tàu lượn cao tốc di chuyển ở vận tốc 112km/h.

Mọi nỗi sợ của con người đều mang tính cá nhân.

Chúng luôn tồn tại ngấm ngầm trong tâm trí chúng ta dưới dạng những nỗi âu lo thường trực được định hướng bởi phương trình cảm xúc cá nhân của mỗi người. Tính cá nhân này lại được quy định bởi những yếu tố kích hoạt riêng biệt cấu thành Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc trong lòng chúng ta.

Những nỗi sợ chủ đạo của chúng ta bao gồm những thái độ và

cảm xúc không quan trọng với người khác, nhưng lại vô cùng quan trọng với bản thân chúng ta. Chúng là một phần của cảm xúc cũng như tính cách chúng ta.

Đôi khi chỉ những nỗi sợ rất đơn giản và phổ biến như cách chúng ta sợ ướt khi trời mưa cũng có thể cho thấy sự khác biệt giữa người này với người kia.

Vài người trong chúng ta sợ mưa vì không thích vẻ ngoài bị lấm lem, ướt nhẹp; một số khác không thích trời mưa vì sợ bị cảm hay viêm phổi; lại có những người chỉ đơn giản là không thích bị bẩn quần áo để rồi tốn công giặt giũ, phơi khô hoặc tốn tiền đi khám bệnh vì bị cảm; cũng có những người ghét trời mưa vì mưa khiến họ không thể về nhà sớm hoặc đi bù khú với bạn bè.

Cá biệt hơn, có những người sợ mưa vì không muốn trời mưa làm hỏng chiếc mũ hàng hiệu giúp họ cảm thấy tự tin, xinh đẹp hoặc bảnh bao khi ra đường.

Sợ hãi là một cảm xúc quan trọng của con người.

Nỗi sợ dễ dàng xâm chiếm tâm trí chúng ta và thừa sức dắt mũi chúng ta đi xa nghìn dặm.

Một anh chàng nhút nhát nọ đi dự tiệc. Anh mất mấy phút dài lấy hết can đảm mới có thể ngỏ lời giới thiệu bản thân với một cô nàng nhỏ nhắn mặc một chiếc đầm đen vàng rất nổi.

Anh nhận xét một cách ngập ngừng: “Xin lỗi, tôi thấy khuôn mặt cô quen lắm, như đã từng gặp đâu đó rồi?” Cô ấy đáp lại một cách tỉnh rụi: “Chắc chắn là không. Mặt tôi vẫn luôn ở đây, nằm giữa hai tai tôi.”

Anh chàng nọ ngượng chín mặt.

Câu trả lời không thể lường trước của cô nàng đánh sập sự tự tin của anh.

Không thể nói được gì nữa, anh trốn biệt.

Anh kể lể nỗi niềm với gia chủ và tức tối gọi cô gái kia là “trái cà chua xấc xược trong bộ đầm vàng đen!”

Nếu Danh Tiếng là Tử Huyệt chủ đạo của anh chàng nhút nhát đó, hẳn là anh ta sẽ cảm thấy tổn thương ghê gớm khi bị làm mất mặt giữa chỗ đông người như thế. Anh ta sẽ mất một thời gian dài để

có thể nói chuyện bình thường trở lại với người khác giới, và khoảng thời gian đó có thể kéo dài vài tháng, thậm chí vài năm. Một nỗi sợ đã được khoét sâu trong tính cách của anh - nỗi sợ người khác phản ứng với những lời nói và hành động của mình.

Nỗi sợ của chúng ta ít nhiều được phản ánh trong cách chúng ta giao tiếp với người khác thông qua những biểu hiện cụ thể.

Chẳng hạn, hầu như bậc cha mẹ nào cũng lo lắng cho con cái, từ chuyện ăn học, sự nghiệp tương lai, tình trạng sức khỏe cho đến các mối quan hệ bạn bè của con mình, kiểu như: "Con bé nhà mình càng lúc càng muốn làm 'bà cô độc thân' thì phải?" "Tại sao đến giờ nó vẫn chưa có một thằng bạn trai nào cho ra hồn? 28 tuổi rồi mà không hề hẹn hò bất kỳ ai suốt một năm trời?"

Các cặp vợ chồng thì luôn lo sợ mấy vấn đề muôn thuở như tình cảm nguội lạnh, cảm xúc chai sạn, các vấn đề tuổi tác, khả năng tài chính, bệnh tật và chuyện chi tiêu trong nhà. Những chuyện bực tức hay mâu thuẫn hằng ngày của đôi lứa đều xuất phát từ những vấn đề trong gia đình, công ty hoặc bà con xóm giềng, từ những nhu cầu tình dục không được thỏa mãn, tình trạng bất lực, vô sinh, cho đến những chuyện chướng tai gai mắt, phiền toái, thái độ lạnh nhạt hoặc nuối tiếc.

Ngoài ra, họ còn có những nỗi lo sợ thường trực khác như sợ mất việc, cấn thai ngoài ý muốn, chiến tranh, nỗi đau mất người thân, bệnh tật hoặc chấn thương, bị người khác bôi nhọ hoặc bêu xấu, cướp giật, mất tiền, đầu tư nhầm chỗ, và tù tội...

Nỗi sợ những sự cố ngoài ý muốn đó ảnh hưởng đáng kể đến cuộc sống của chúng ta.

Ấy vậy mà, nhiều người trong chúng ta không bỏ được cái tật "lo bò trắng răng" mỗi khi lặp lại một thói quen mình không còn thích, khó chịu mỗi khi không có đủ tiền mua những thứ mình thích, bực bội mỗi khi người khác xì xầm về mình, về bạn bè hay quần áo của mình, mỗi khi bị ép buộc phải gặp những người hoặc đối mặt với những hoàn cảnh không mong muốn, mỗi khi bị buộc phải sáng tạo ra một thứ gì đó mới mẻ, cảm thấy khó ở khi người khác chấp nhận một lời mời mà mình không thích, căng thẳng khi đứng trước đám đông.

"Gì cơ, có bức điện tín cho chúng tôi à? Nhưng... chúng tôi không mong nhận điện tín vào lúc này. Chúa ơi, tôi hy vọng không có chuyện gì xảy ra với thằng Jim nhà tôi!" "Chắc là có chuyện chẳng

lành rồi! Trễ tiệc ba tiếng đồng hồ rồi mà Mildred vẫn chưa đến!" Hoặc: "Điện thoại gì mà reng lúc 3 giờ sáng kia chứ. Chắc là có việc gì không ổn rồi!"

Chính những nhu cầu cảm xúc đã phát sinh ra nỗi sợ!

Chúng ta sợ rằng người khác sẽ nói xấu sau lưng khi mình vắng mặt, sợ bị bố mẹ, cấp trên, bạn bè hay vợ/chồng trách mắng, sợ rằng tác phẩm của mình sẽ bị chê bai, sợ người khác nhìn thấy mình già so với tuổi, sợ bị lừa, sợ phải đụng tay đụng chân vào mấy việc nhà lắt nhắt nhưng mất thì giờ, sợ những bài kiểm tra bất thình lình, sợ lỡ duyên, sợ vọp bẻ, sợ phải về nhà nhìn thấy vợ hoặc chồng mình không vui.

Những nỗi sợ... sợ... và sợ lấn át tâm trí, làm rối rắm suy nghĩ và lu mờ lý trí của chúng ta.

Ba nguyên tắc then chốt để Bạn luôn Lạc Quan và Hạnh Phúc

Trừ những trường hợp thực sự hiểm nguy và khẩn cấp, trên đời này thực chất chẳng có thứ gì đáng phải sợ. Đó chỉ là những dự đoán mơ hồ trong Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc do chính chúng ta tự suy diễn ra mỗi khi gặp phải những hoàn cảnh hoặc tình huống nhất định.

Sao lại phải sợ? Sao lại trông đợi nỗi sợ như thế? Bất hạnh không tự đến với chúng ta, trừ phi chính chúng ta mở cửa mời nó vào nhà, và chính nó là nguồn cơn của mọi khổ đau, bệnh tật, sai lầm và thất bại.

Bỏ hết những nỗi sợ sau lưng mình, rồi bạn sẽ thấy chúng vô duyên và ngớ ngẩn dường nào!

Với Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, bạn sẽ tống khứ được mọi nỗi sợ hãi, lo âu và phiền muộn, bằng cách tuân thủ Ba Nguyên Tắc Then Chốt sau:

1. Nhận diện nỗi sợ trên cơ sở Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc của bản thân

Hãy cô lập những nỗi sợ này và phân tích xem vì sao bạn sợ cũng như chúng gây khó khăn gì cho bạn!

Những nỗi sợ đó liên quan đến điều gì: sức khỏe, thương tật, hay vấn đề hưởng thụ, xích mích giữa cha mẹ và con cái, nhu cầu tình dục không được đáp ứng, hay sợ mất tự do, sợ chết, hay những

vấn đề tôn giáo và những cơ sự khác liên quan đến Tử Huyệt Bản Thân?

Những nỗi sợ hay muộn phiền đó có phải là những thiệt hại về vật chất như: mất tiền mất bạc, bị giảm lương, quyền sở hữu bị xâm phạm, sự tiêu tốn tài sản, phung phí, hay những lo toan khác liên quan đến Tử Huyệt Tiền Bạc?

Nỗi sợ của bạn có thuộc phạm trù Tử Huyệt Tình Yêu, như "cảm nắng" một ai đó nhưng không được đáp lại, khao khát lập gia đình, một lời ước hẹn? Hay nó có liên quan đến sự nhàm chán, những thói quen vô vị lặp đi lặp lại hằng ngày, hoặc khao khát được chu du đó đây để tìm kiếm Trải Nghiệm Mới, hay còn vấn đề nào khác khiến bạn cứ mãi suy nghĩ vẩn vơ?

Đó có phải là một nỗi sợ gắn liền với Danh Tiếng hay danh dự, sự công nhận hay nổi tiếng; hay nhu cầu được nở mày nở mặt hoặc khẳng định bản thân với mọi người?

Đó có phải là một nỗi sợ liên quan đến một tín điều thuộc Bộ Tứ Tử Huyệt, chẳng hạn như: "Uống một cốc cà phê mà không uống hết bọt trong đó thì sẽ mất tiền?", hoặc "đi bộ dưới gầm thang cứu hộ là điềm báo xui xẻo?", hoặc "nếu ai không chụp được bó bông do cô dâu ném lên trong đám cưới, người đó sẽ ế suốt đời?"

Trên đây là vài gợi ý giúp bạn nhận diện nỗi sợ của mình. Đây cũng là bước đầu tiên quan trọng giúp bạn hiểu được những cảm giác sợ hãi của bản thân. Và hãy nhớ: Điều đáng sợ duy nhất trên đời là khi chúng ta không hiểu mình sợ gì và vì sao lại sợ!

Hãy truy ra nguyên nhân vì sao bạn sợ những điều ấy trên cơ sở những cảm xúc của chính bạn. Bạn không bao giờ có thể hiểu được chính mình trừ phi nhìn thấu được Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc của bản thân!

Dù nỗi sợ hay nỗi lo đó là gì đi nữa, hãy nhận diện chúng, thật nhanh, và chuyển đến bước kế tiếp sau đây!

2. Tập trung vào việc khác

Hãy tập trung cảm xúc cho những việc quan trọng hơn thay vì nỗi sợ!

Hãy đảm bảo rằng mỗi ngày, bạn hoàn tất được những công việc của mình. Nếu bạn chưa quen với việc này, hãy lên danh sách những mục tiêu cần hoàn thành cho từng ngày. Còn nếu bạn vốn

đã có thói quen này, hãy thay đổi và làm mới danh sách của mình - chỉ cần một chút xíu thay đổi là đủ.

Mục đích của sự thay đổi này là để tạo ra những Trải Nghiệm Mới, cơ hội để gặp gỡ những người bạn mới, những ý tưởng mới, học hỏi những kỹ năng mới có khả năng kích thích trí tưởng tượng tích cực của bạn. Nếu bạn có những sở thích hoặc thú vui lành mạnh như nặn tượng, làm đồ handmade hay vẽ tranh, hãy duy trì chúng mỗi ngày. Nếu sở thích hằng ngày của bạn là nấu ăn hay làm bánh, hãy thử một phương pháp làm bánh mới hoặc sáng tạo ra một công thức nấu ăn mới chẳng hạn.

Hãy tìm đến những nơi chốn mới bạn chưa từng ghé qua, những trò chơi mới bạn muốn thử nhưng chưa có dịp, những cách làm mới với những thói quen cũ. Hãy làm mới ngoại hình của mình, thử một kiểu tóc lạ, hoặc phối đồ với những màu sắc táo bạo mà mình chưa bao giờ dám thử. Khi bạn đi làm hay đi học, hãy đổi những con đường đi khác thay vì cứ theo lối cũ.

Hãy đọc sách nhiều hơn! Thỏa mãn trí tò mò của bản thân với những chủ đề bạn yêu thích nhưng chưa có thời gian tìm hiểu.

Chẳng hạn, nếu bạn yêu những chú cún, hãy tìm đọc sách nói về những giống chó khác nhau mà bạn chưa biết, nguồn gốc xuất xứ cũng như đặc điểm của chúng. Tìm hiểu những chương trình truyền hình hoặc sự kiện nói về những chú cún bạn yêu và sắp xếp thời gian đón xem chương trình đó.

Hoặc nếu bạn quan tâm đến môn võ judo từ lâu nhưng chưa có dịp tìm hiểu, đây chính là lúc bạn nên làm điều mình thích. Làm sao mà môn võ này có thể giúp một người phụ nữ nhỏ nhắn hay một người đàn ông không có vũ trang quật ngã được những gã bất lương to con gấp đôi mình? Judo là một môn võ thiên về tấn công hay phòng thủ? Hãy tìm đọc những cuốn sách về judo. Xem những chương trình truyền hình nói về nó. Đặt ra những câu hỏi giúp bạn hiểu hơn về nó. Và cách hay nhất chính là đăng ký một lớp học judo để được trực tiếp khám phá môn võ mình yêu thích.

Khi tập trung đầu óc và cảm xúc vào những việc khác như trên, bạn sẽ chẳng còn thời gian rảnh hay khoảng trống tâm trí cho những cảm giác lo sợ vẩn vơ tung hoành nữa!

3. “Xoay ngược” cảm xúc của mình

Cả Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc gồm Bản Thân, Tiền Bạc, Tình Yêu và Danh Tiếng đều có đủ hai mặt đối lập - khao khát và nỗi sợ. Chúng

chính là động lực cảm xúc của con người trong mọi việc.

Một khi nhận diện và hiểu được bản chất những nỗi sợ của mình, bạn sẽ ngộ ra rằng, chẳng có gì đáng để lo hay sợ. Và khi bạn đã tập trung được toàn bộ sự quan tâm vào những việc khác ngoài nỗi sợ, thì những nỗi sợ và lo lắng này cũng sẽ dần biến mất khỏi tâm trí bạn.

Đó là hai bước đầu tiên. Giờ là bước thứ ba, không bắt buộc, nhưng vô cùng linh nghiệm.

Loại bỏ hẳn nỗi sợ bằng cách "xoay ngược" cảm xúc của bạn, tức thay thế nỗi sợ bằng một khát khao tích cực của cùng một Tử Huyệt Cảm Xúc. Bước số 3 này giống như chiến thuật "lật ngược thế cờ" để chuyển bại thành thắng trên chiến trường. Ví dụ, nếu bạn sợ mất tiền - một nỗi sợ thuộc phạm trù Tiền Bạc, hãy vạch ra cho mình ước mơ, mục tiêu và kế hoạch hành động để kiếm ra nhiều tiền hơn!

Một anh bạn tên W. đã thành công trong việc loại bỏ nỗi sợ mất tiền nhờ vào chiến lược này.

W. sở hữu và quản lý một tòa chung cư kiêm mặt bằng kinh doanh ở tầng trệt. Đây là nguồn thu nhập chính và duy nhất của anh. Suốt nhiều tháng trời, anh rơi vào tình trạng bội chi bởi chi phí vận hành tòa nhà cao hơn so với lợi nhuận thu được, và thế là anh cảm thấy bức bối đến mức có thể gắt gỏng với bất kỳ ai.

Từng ngày trôi qua, anh bị ám ảnh bởi viễn cảnh tiền bạc của mình lần lượt đội nón ra đi.

Suốt một thời gian dài anh lo lắng, nghĩ suy và hay bàn bạc vấn đề tài chính với vợ cùng hai đứa con nhỏ. Dần dà, họ cũng trở nên lo lắng, bi quan và cáu kỉnh giống anh.

Đến khi nỗi lo sợ mất Tiền Bạc vượt ngưỡng chịu đựng của W., một người quen của anh và cũng là học viên của tôi đã chia sẻ cho tôi nghe về trường hợp của anh. Cậu học viên đã miêu tả nỗi lo mất tiền của W. với tư cách là "... một vấn đề về giao tiếp có thể được giải quyết bằng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc!"

Chính bản thân W. cũng nhận diện được nỗi sợ của mình. Chúng tôi đã bày cho anh nhiều cách để không phải chú tâm vào nỗi lo sợ và định hướng sự quan tâm của anh sang những việc khác quan trọng hơn. Cuối cùng, W. đồng ý là sẽ tập trung vào việc làm sao để có thêm thu nhập - thay vì cứ lay lắt với nỗi lo mất tiền.

W. tìm đến một công ty chuyên quản lý bất động sản có uy tín. Yêu cầu đặt ra là, nếu họ có thể chỉ cho anh hướng thay đổi và quản lý tòa nhà của anh sao cho mỗi tháng đều có lợi nhuận, anh sẽ gia hạn hợp đồng với họ và sẽ có thưởng dựa trên mức lợi nhuận thu được.

Công ty nọ làm một bản báo cáo phân tích cho W. hiểu tình hình kinh doanh hiện tại của anh và đề xuất vài sự thay đổi về mặt thủ tục và giám sát nhân viên. Với sự quản lý của doanh nghiệp được W. thuê từ bên ngoài này, các bất động sản của anh đã tạo ra nhiều thu nhập thụ động hơn hẳn so với thời anh còn tự mình quản lý.

Bạn thấy đấy, chỉ nhờ "xoay ngược" cảm xúc từ nỗi sợ mất tiền thành khát khao kiếm thêm tiền, từ sự bi quan sang những hành động và thái độ tích cực, W. không chỉ giải quyết được vấn đề tiền nong của mình mà còn loại bỏ được những cảm xúc tiêu cực đang gặm nhấm tâm trí của anh và của những người thân xung quanh anh!

Nguyên tắc "xoay ngược" cảm xúc này có thể được áp dụng trong mọi nỗi sợ hãi, lo toan và những sự bực dọc khác.

Bạn đang có một nỗi lo sợ liên quan đến Tình Yêu, như bị ế chẳng hạn? Thế thì hãy chuyển hóa nó thành khao khát tìm kiếm tình yêu tích cực.

Hãy hiện thực hóa khát khao của bạn bằng cách đọc hết các chương sách nói về Tử Huyệt Tình Yêu, nghệ thuật đặt câu hỏi Thôi Miên Cảm Xúc và những chương khác có thể giúp ích cho bạn!

Bạn nản lòng vì bị từ chối? Thế thì hãy tìm kiếm điều ngược lại, tức sự đồng ý.

Edmund Burke[34] từng nói rằng: "Sự nhượng bộ, rút lui không có nghĩa là đầu hàng hay thua cuộc." Chỉ cần nói được lời Thôi Miên Cảm Xúc đúng Tử Huyệt, bạn có thể dễ dàng tiếp tục theo đuổi người mình thích mà không phải bỏ cuộc!

[34] Edmund Burke (1729-1797): học giả, nhà hùng biện kiêm chính trị gia người Ireland. Sau khi chuyển đến sống ở Vương quốc Anh, ông trở thành một thành viên của Đảng Whig suốt nhiều năm trời trong Quốc hội Anh. Ông được xem là cha đẻ của tư tưởng bảo thủ hiện đại.

Bạn lo lắng về sức khỏe Bản Thân? Thế thì hãy hành động để có một sức khỏe tốt hơn.

Đừng tiếc thời gian đi khám sức khỏe, khám răng và khám mắt định kỳ. Tiếp thu những lời khuyên từ các chuyên gia sức khỏe. Tuân thủ những chế độ ăn uống cần thiết và thường xuyên tập thể dục để có một sức khỏe tốt hơn. Ngoài ra, việc luyện tập Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc trong giao tiếp và hành động của bản thân cũng là một cách vô cùng hiệu quả giúp bạn làm chủ cảm xúc và cải thiện sức khỏe tinh thần!

Trên đây là một trong muôn vàn cách hay để bạn "xoay ngược" cảm xúc thành công!

Bạn có một nỗi sợ kinh niên về danh dự và sĩ diện?

Hãy biến Tử Huyệt Danh Tiếng của mình thành một thế mạnh, một động lực để có được danh tiếng như mong muốn!

Nhiều cá nhân xuất chúng đã làm được điều này, và chắc chắn bạn cũng làm được. Một khi bạn được trang bị Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, bạn luôn có thể làm cho mọi người lắng nghe và ngưỡng mộ mình.

Hãy "xoay ngược" cảm xúc của mình mỗi khi bạn có cảm giác tồi tệ hoặc tiêu cực!

Một khi bạn làm được điều đó như một thói quen, bạn cũng đang đồng thời trau dồi cho mình một sự tự tin và nguồn năng lượng tích cực để có thể chiếm thế thượng phong trong mọi cuộc giao tiếp với bất kỳ đối tượng nào.

Bất kể bạn là ai hay làm gì, Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc cung cấp cho bạn những hiểu biết và kỹ năng hành động giúp bạn vượt qua gần như mọi vấn đề cá nhân trong cuộc sống.

Hạnh phúc chính là chiếc chìa khóa giúp bạn có được một sức khỏe tốt, phong thái tự tin và sự thành đạt trong cuộc sống. Chỉ khi bạn loại bỏ được mọi nỗi sợ hãi, lo âu và phiền muộn ra khỏi con người mình, thì hạnh phúc mới có thể đến để lấp đầy trái tim và khối óc bạn. Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc sẽ giúp bạn làm được điều kỳ diệu đó!

Những vấn đề không-thể-hiểu-nổi của Cảm Xúc

Thời nay, cuộc sống hối hả, bận rộn khiến con người ở mọi lứa tuổi chịu sự chi phối của những vấn đề xúc cảm lắt nhắt nhiều hơn bao giờ hết.

Căng thẳng thần kinh, lo lắng, mâu thuẫn, xung đột, sợ hãi, khó chịu và đủ loại bực tức trên đời đang từng ngày đe dọa cuộc sống của chúng ta, gây ra bao chuyện không vui, bất hạnh, hao mòn sức khỏe, thu nhập sa sút, giảm năng suất lao động và kém tự tin.

Một cô nàng người mẫu có một đứa con riêng với người chồng trước; gần đây, cô ta vừa trúng tiếng sét ái tình. Người đàn ông mới này nói với cô rằng anh ta "muốn sống bên cô, nhưng không thích đứa trẻ!" Điều này khiến cô tin rằng đứa trẻ là của nợ, là vật cản khiến cô không thể tái hôn. Thế là tình mẫu tử chuyển hóa thành một sự căm ghét toàn diện dành cho đứa con mới năm tuổi đang phải sống trong một tuổi thơ mà nước mắt nhiều hơn giấc ngủ và nụ cười.

Một kỹ sư nọ cho rằng viên quản lý đang "đì" mình. Bị ám ảnh bởi suy nghĩ đó, anh ta trở nên dễ căng thẳng, dễ cáu gắt với vợ và sẵn sàng tát vào mặt con cái nếu chúng nói điều gì không phải. Nếu cả nhà im lặng không nói gì, anh ta cũng bực mình gắt gỏng; còn những khi tranh cãi, anh ta trở nên nhạy cảm và dễ mất bình tĩnh hơn bao giờ hết. Trước một ông chồng kinh khủng như vậy, cô vợ không muốn ngủ với anh, và thế là anh ta đánh vợ. Anh ta giải quyết những cảm xúc tiêu cực trong lòng mình bằng cách trút giận lên những người thân yêu xung quanh. Kết quả là, tất cả mọi người trong gia đình đều cảm thấy bất hạnh và bị tổn thương tinh thần nặng nề, còn anh ta thì sắp mất việc!

Một ông giám đốc điều hành nọ thì ghét cay ghét đắng cái tính chua ngoa, thích làm phiền và thói độc mồm độc miệng của bà vợ. Thế là mỗi sáng, ông mang nỗi bực dọc ấy đi làm; điều này khiến ông thường xuyên thiếu tỉnh táo và phạm nhiều sai sót trong công việc. Cứ một tiếng trước giờ tan sở, ông lại tưởng tượng ra cái cảm giác dị ứng khó chịu mỗi khi về nhà thấy mặt vợ. Ông ta quá lo lắng cho vấn đề cá nhân của mình đến nỗi phung phí thời gian trên công ty chỉ để có cớ không phải về nhà. Vì truyền thống gia đình cũng như vì ông là người theo đạo, ông không được phép ly dị; về mặt cá nhân, ông không muốn gây bạo lực với ai. Và thế là sự khó chịu tiêu cực của ông cứ tích lũy và lớn dần từ ngày nay qua ngày khác.

Những cảm xúc bị đè nén tưởng chừng nhỏ nhặt đó lại chính là nguồn cơn của chứng căng thẳng thần kinh và nhiều bệnh tật về thể xác; là nguyên nhân khiến cho con người không thể "đội trời chung" với nhau, gây ra tình trạng căng thẳng và luân chuyển nhân sự trong các cơ quan; là nguồn gốc của mâu thuẫn gia đình, ngoại tình, khó khăn tài chính, những sự thất vọng, buồn chán,

vấn nạn tự tử, tội ác và cả tình trạng sợ lập gia đình của nhiều người trẻ ngày nay.

Một vị doanh nhân nọ có cô vợ vừa đẹp vừa giàu và một nữ thư ký vừa nghèo vừa không xinh. Vợ ông lại thuộc mẫu người ham vui, thích ra ngoài đường giao tiếp xã hội hơn là ở nhà chăm lo việc gia đình và hâm nóng tình yêu với chồng. Ông chồng nhận được nhiều sự quan tâm, chăm sóc và thấu hiểu từ cô thư ký hơn là vợ. Thế là ông đâm đơn ly dị. Người vợ bị sốc và tức giận đến run bần bật. Khuôn mặt cô ấy như đóng băng trước tin dữ. Tưởng gì, lý do cô vợ tức giận cũng không tử tế là mấy: "Người ngoài sẽ nhìn tôi như thế nào nếu họ biết anh bỏ tôi?"

Một người phụ nữ xinh đẹp, đáng yêu dù đã ngoài ba mươi nhưng vẫn phòng không gối chiếc. Lý do, cả cô ấy lẫn ba mẹ mình đều quá "kén cá chọn canh" về nghề nghiệp của những chàng trai theo đuổi cô. Một ngày nọ, cô gặp một người đàn ông và cảm mến ông ta ngay sau khi nghe ông ta giới thiệu rằng mình là bác sĩ có thâm niên trong một bệnh viện lớn của thành phố. Còn gì tuyệt vời hơn một ông chồng làm nghề y, thế là cô hẹn hò với ông ta ngay lập tức; họ trở thành người yêu và tính luôn đến chuyện kết hôn. Ông ta có một tật nhỏ là hay trễ hẹn; mỗi lần như thế, ông ta lại rót mật vào tai cô bằng những lời lẽ như "Một khi chúng ta cưới nhau rồi, em sẽ trở thành phu nhân bác sĩ!" Trong bữa tối nọ, ông ta trễ hẹn đến hai tiếng. Cô nàng gọi điện cho bệnh viện thành phố để tìm gặp ông ta. Đầu dây bên kia trả lời rằng ở bệnh viện không có bác sĩ nào tên đó cả. Chuyện đổ bể. Cô tìm hiểu thêm thì khám phá ra là gã đó chẳng những không phải là bác sĩ, mà còn là một người cha với ba mặt con. Từ cú sốc đó, cô nàng trở nên lầm lì, ít nói, và không dám tin bất kỳ người đàn ông nào nữa!

Anh chàng J. làm việc cho một công ty nọ hơn mười năm. Với thâm niên như thế, anh chắc chắn rằng mình sẽ sớm được cất nhắc lên vị trí quản lý. Với niềm tin vững chắc đó, anh sống như thể mình đã được thăng chức với mức lương cao hơn, và anh bắt đầu tiêu xài hoang phí hơn trước. Rốt cuộc, gánh nặng tài chính đổ lên vai anh khi vị trí quản lý mà anh mơ ước suốt mười năm được cấp trên giao cho một người khác ngoài công ty. Tức tối, anh bắt đầu làm giả sổ sách kế toán để bòn rút tiền công ty. Thành công được một tháng, anh cảm thấy người quản lý mới đang nghi ngờ mình. Mỗi ngày trôi qua là hai mươi bốn giờ anh sống trong lo âu, sợ hãi. Cuộc sống của anh từ đó chẳng khác gì địa ngục. Ba lần anh định tự tử bằng cách nhảy xuống đường ray tàu điện ngầm để bị tông, nhưng đến phút cuối lại không dám!

Khi một người mang nặng trong lòng mình một vấn đề cảm xúc nào đó chưa được giải quyết, tâm trí họ hoàn toàn bận rộn và mất tập trung. Sự mất tập trung này có thể dẫn đến những tình huống khó xử, sai sót hoặc tai nạn nguy hiểm trong công việc, ở nhà, trong khi ăn uống, khi đi bộ hay lái xe.

Cậu bé nọ đến tuổi dậy thì. Bố cậu ta bận đến nỗi không có thời gian ở bên con cái, chẳng quan tâm con mình làm gì và chơi với những ai. Buồn, cậu bé trở nên lêu lổng, không làm bài tập ở trường và viện đủ lý do để đi chơi. Đến khi nghe tin con trai mình bị cảnh sát bắt giam vì gia nhập một băng nhóm tội phạm thành niên, ông bố chết lặng. Chỉ trong vòng vài ngày kể từ sau sự việc này, ông bố - vốn là một tài xế cẩn thận - vớ phải hai cái trát hầu tòa vì tội lái xe ẩu. Tâm trí ông thường xuyên bấn loạn khi nghĩ về đứa con trai tội nghiệp, dẫn đến mất tập trung lúc lái xe. Lần thứ nhất, suýt chút nữa là ông tông vào một chiếc xe cảnh sát do chạy ngược chiều; lần thứ hai, ông lại chạy ẩu, mém tí nữa tông hai đứa trẻ con đang băng qua đường!

Những vấn đề cảm xúc "nho nhỏ" như trên khiến người dân Mỹ thiệt hại hàng triệu đô la mỗi năm. Và hàng nghìn người "tưởng là mình thành đạt" đang ngày một nhận ra rằng việc đề cao lý trí quá mức và xem nhẹ cảm xúc đã và đang khiến họ thất bại trong cuộc sống riêng.

Điển hình là K., một người đàn ông mẫn cán đang ngày đêm tận tụy với công ty riêng của mình đủ bảy ngày trong tuần suốt mấy năm trời. Ông đã chinh phục được bao nhiêu khó khăn và vượt qua biết bao nhiêu thử thách để gầy dựng công ty và giàu có như ngày hôm nay. Sự quan tâm duy nhất mà ông K. dành cho vợ là những chiếc áo lông thú hàng hiệu, nữ trang kim cương và những món quà đắt tiền; trong khi bà K. không cần những thứ ấy. Bà cần tình yêu của chồng, muốn được chồng khao khát, nhưng ông K. lại quá mải mê với việc công ty. Bà K. vẫn vui vẻ nhận những món quà đẹp đẽ mà ông tặng, và dùng chúng để... quyến rũ những người đàn ông khác nhằm thỏa mãn khát khao tình cảm của bà. Không ngạc nhiên khi ông K. sốc nặng lúc bà vợ đòi chia tay. Những lợi nhuận mà ông kiếm được nhờ mải mê làm việc không thể nào bù đắp được những gì ông mất: số tài sản phải chia cho vợ sau khi ly dị và một gia đình hạnh phúc!

Đã là con người thì ít nhiều sẽ vướng phải những vấn đề cảm xúc "trời ơi đất hỡi" trong cuộc sống, nhưng chỉ có vài người dám nhìn nhận chúng. Và số người biết hành động đúng đắn khi xảy ra xung đột cảm xúc thì hết sức hiếm hoi. Hầu hết chúng ta vượt qua

những vấn đề cảm xúc vô cùng khó khăn, khổ sở mà vẫn thiệt hại nặng nề và không có gì đảm bảo rằng chuyện sẽ không tái diễn.

Với những ai vướng phải các vấn đề cảm xúc tồi tệ nhưng lại nhìn nhận chúng như những sự xấu hổ hay nhục nhã, bi kịch chỉ càng thêm trầm trọng!

Phần lớn mọi người chọn cách chịu đựng những cảm xúc đau khổ trong im lặng. Họ từ bỏ những niềm vui của bản thân, khó chịu với mọi sự tận hưởng và suy nghĩ tiêu cực về bất kỳ ai họ tiếp xúc vì mất niềm tin.

Nhưng dù bạn có cố kìm nén những cảm xúc đó hay không, bạn vẫn phải sống, vẫn phải giao tiếp với mọi người xung quanh.

Khi đó, những lời nói và hành động của bạn sẽ vô tình giải phóng những cảm xúc tiêu cực mà bạn đang kìm nén, làm cho mọi chuyện tệ hơn và khiến cho những người giao tiếp với bạn cảm thấy khó chịu vì tự nhiên họ phải "lãnh đủ" mớ bòng bong cảm xúc tiêu cực mà bạn đang ấp ủ.

Tuy vậy, người nào đi khuyên câu "Ô không, bạn không được phép để bản thân mình bực tức" cũng xem như chẳng biết gì!

Bực dọc, đau khổ hay muộn phiền, dù là lớn hay nhỏ, cũng đều là những phản ứng tự nhiên của con người.

Bạn không thể chống lại hay triệt tiêu chúng!

Việc thường xuyên tác động các Tử Huyệt Cảm Xúc một cách tiêu cực sẽ gây ra khổ sở và bất hạnh - nguồn gốc của mọi sự đau đớn và bệnh tật cả về thể xác lẫn tinh thần.

Bạn hạnh phúc hay bất hạnh, điều đó tùy thuộc vào những điểm mạnh và điểm yếu trong Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc của bạn.

Những vấn đề cảm xúc, sự phiền muộn cũng như đau khổ của con người có phạm vi gần như vô hạn: từ những xung đột về tiền bạc, quyền lợi, mâu thuẫn hàng xóm láng giềng, sự khó chịu vì môi trường đông đúc, ồn ào, sự phiền toái vì những vị khách không mong đợi cho đến những sự ghen tuông, cãi vã, lải nhải chuyện tiền nong, bức bối vì mất tự do trong hôn nhân, làm việc quá sức, sự cô đơn chán chường, không hòa hợp trong tình dục, những cử chỉ thiếu tôn trọng, những ngày xui xẻo bất thình lình và cả những mâu thuẫn lặt vặt giữa người này với người kia.

Trong phần lớn các trường hợp, nếu những cảm xúc tiêu cực bị tích tụ lâu ngày, cơ thể chúng ta sẽ chuyển hóa chúng thành những sự khó chịu hoặc bệnh tật về thể xác!

Thực tế và giới y học đã chứng minh rằng những cú sốc tình cảm, những cảm xúc tiêu cực như căng thẳng, đau khổ, phiền muộn chính là nguyên nhân gây ra nhiều bệnh về tim mạch và hệ tuần hoàn, đau cơ và khớp xương, các rối loạn da liễu, dị ứng, đau bao tử, u xơ, viêm ruột kết, nhức đầu, cao huyết áp và nhiều bệnh khác.

Một người phụ nữ nọ đến gặp bác sĩ với chứng chán ăn. "Cứ nhìn thấy nhiều đồ ăn là nuốt không trôi!", cô than phiền. Các bác sĩ tìm hiểu và khám phá ra lý do cô gái bất ngờ chán ăn trong khi sức khỏe vẫn bình thường. Do cô là một người có tính cách hòa đồng, cả nể, ai kêu gì cũng giúp, nên người nhà và bạn bè cô thường lợi dụng điều đó để nhờ vả cô hết chuyện này đến chuyện kia. Nhiều việc quá khiến cô bị quá tải về mặt cảm xúc, đến nỗi nhìn thức ăn ngon mà cũng thấy ngán. Thế là cô bỗng dưng mắc bệnh chán ăn.

Sau khi khám phá ra chứng chán ăn của người phụ nữ đó có nguyên nhân tâm lý như trên, bác sĩ đã đưa ra lời khuyên phù hợp. Cô làm theo, thế là ăn uống bình thường trở lại!

Nói một cách ví von, nếu bạn luôn cho rằng cổ mình có vấn đề và bị ám ảnh bởi suy nghĩ đó theo thời gian, thì đến một lúc nào đó, cổ của bạn sẽ bị đau thật!

Trong nhiều trường hợp, những cảm xúc tiêu cực có thể chuyển hóa thành nhiều triệu chứng đau đớn trầm trọng về mặt thể xác mà đến những sự chẩn đoán chuyên môn của bác sĩ cũng chưa chắc xác định được chính xác.

Một bác sĩ dinh dưỡng từng kể tôi nghe về một bệnh nhân bị nổi mụn rộp đỏ chỉ trên một ngón tay.

Bệnh nhân đó đã đi khám ở nhiều phòng mạch khác nhau. Những hình ảnh chụp chiếu, xét nghiệm không cho thấy kết quả gì bất thường nhưng mụn rộp vẫn cứ nổi đầy trên ngón tay đó của ông ta.

Có một vị bác sĩ nọ từng có kinh nghiệm về các bệnh tật do tâm lý mới hỏi bệnh nhân này về tình trạng hôn nhân của ông ta. Người bệnh nhân mới kể rằng ông ta chán vợ và đang tìm mọi cách để buộc bà ấy ký đơn ly dị. Sau đó, ông ta nhìn lại những chỗ mụn rộp của mình. Chúng tập trung trên ngón tay giữa của bàn tay

trái!

Phần lớn những cảm xúc tiêu cực, đau khổ, bực tức và muộn phiền đều là hậu quả của giao tiếp thất bại. Chúng có thể xuất hiện và tồn tại chính là bởi chúng ta không hiểu được những cảm xúc của chính mình cũng như của đối phương trước khi giao tiếp.

Tôi đã có kinh nghiệm tiếp xúc với hàng nghìn người khác nhau, từ đàn ông, phụ nữ, trẻ em, cho đến những người khuyết tật. Kinh nghiệm của tôi nói rằng chúng ta đánh mất nhiều cơ hội để vui vẻ, hạnh phúc và thăng tiến chủ yếu bởi những gì chúng ta lỡ miệng nói ra chứ không phải những gì chúng ta làm.

Những cảm xúc tiêu cực cố hữu xuất hiện trong mỗi con người kể từ khi chúng ta còn nhỏ, cụ thể là những khi người khác vô tình chọc giận chúng ta với mật độ thường xuyên. Theo thời gian, khi chúng ta lớn lên, những cảm xúc này trở nên cố định và khó bỏ.

Thực chất, những đau khổ, bực tức và muộn phiền của chúng ta không phải do bản thân cảm xúc gây ra. Chúng được tạo ra tùy vào cách chúng ta định hướng hoặc chọc ngoáy những nhu cầu cảm xúc của chính mình.

“Cứ MƯỜI người thì cả thảy MƯỜI người từng khổ sở vì những vấn đề cảm xúc! Chừng nào con người còn dùng ngôn ngữ và hành động để giao tiếp, chừng đó sẽ còn có những phản ứng xúc cảm gây ra những vấn đề cảm xúc khó lường”!

Mỗi người trong chúng ta nên tự xác định cho mình, đâu là những điều quan trọng nhất đối với bản thân về mặt cảm xúc.

Với Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, chúng ta sẽ dễ dàng làm được điều này bằng cách tìm hiểu và cân đo đong đếm Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc trong chính mình - những yếu tố quan trọng góp phần hình thành tính cách của chúng ta.

Một khi hiểu được bản thân, chúng ta sẽ dễ dàng hòa hợp giữa nhu cầu cảm xúc của mình với những mong muốn cảm xúc của đối phương. Từ đó, chúng ta có thể điều khiển các cuộc giao tiếp hiệu quả hơn, biết thuyết phục người khác khéo léo hơn và được mọi người yêu mến hơn.

Đồng thời, việc hiểu được bản thân cũng giúp chúng ta dễ dàng kiểm soát những cơn bốc đồng tiêu cực của cảm xúc trong những tình huống ngoài dự kiến.

Chúng ta nên bắt đầu việc này như thế nào?

Điều quan trọng đầu tiên chúng ta cần làm chính là, luôn nhớ rằng, thứ "vũ khí" lợi hại nhất trong giao tiếp cũng như "phương thuốc phòng bệnh cảm xúc" hiệu quả nhất trong cuộc sống chính là Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc - khả năng xui khiến người khác phải lắng nghe và làm theo những gì chúng ta nói!

Chương 9

LÀM CHỦ MỌI TÌNH HUỐNG GIAO TIẾP BẰNG NGHỆ THUẬT ĐẶT CÂU HỎI THÔI MIÊN CẢM XÚC

Bạn có giao tiếp chỉ để được nói cho đỡ buồn mồm hoặc dỏng tai nghe cái gì đó cho đỡ chán?

Hẳn là không rồi. Làm thế thì đúng là phí thời gian vô ích.

Ấy vậy mà, bạn nghĩ xem, có bao nhiêu lần trong đời chúng ta lắng nghe người khác với tâm trí hoàn toàn tập trung vào những điều họ nói?

Bao nhiêu lần trong giao tiếp, chúng ta để đầu óc mình "lên mây" để rồi sau đó bất ngờ "tiếp đất" với vài câu nói cửa miệng kiểu như "Ơ... bạn vừa nói gì cơ?", hoặc: "Bạn có thể nói lại cho mình nghe kỹ hơn được chứ?"

Và vô số những cuộc đối thoại mà trong đó, tất cả những gì chúng ta có thể đáp lại người nói chỉ là những cái gật đầu cụt ngủn và chiếu lệ kiểu như "Ừ!", "Vâng!", "Đúng rồi!" hoặc "Ờ há!"?

Người ta đang nói chuyện với chúng ta, nhưng chúng ta có thực sự lắng nghe?

Bạn có nhận thấy rằng, bạn chỉ có thể thích thú với những gì người khác nói khi và chỉ khi bạn tập trung lắng nghe và cho câu chuyện có cơ hội cuốn hút bạn? Bạn có nghĩ rằng, chúng ta sẽ học hỏi, tiến bộ và nhớ được nhiều điều bổ ích từ mọi người hơn nếu

chúng ta biết lắng nghe hiệu quả?

Những câu hỏi Thôi Miên Cảm Xúc, nếu được đặt ra đúng lúc và đúng thời điểm, sẽ có tác dụng cuốn hút và khiến người khác phải lắng nghe bạn.

Đó là những câu hỏi chứa đựng quyền năng đánh động Tử Huyệt Cảm Xúc của đối phương, có khả năng giúp bạn kiểm soát tình huống giao tiếp, cải thiện Tính Cách và kỹ năng Thuyết Phục của bản thân, và quan trọng là chúng khiến cho người khác phải nhớ đến bạn, sản phẩm hay dịch vụ của bạn!

Mười ưu thế giao tiếp của việc đặt câu hỏi

Trong phạm vi của cuốn sách này, tôi sẽ chia sẻ với các bạn Sáu Nguyên Tắc Đặt Câu Hỏi Thôi Miên. Đầu tiên, bạn cần biết lợi ích cũng như những Ưu Thế Giao Tiếp tuyệt vời mà sáu nguyên tắc đó sẽ mang lại cho bạn. Đó chính là:

1. Câu hỏi là công cụ hiệu quả để xâm nhập tâm trí con người và khiến họ chú ý ngay lập tức

Chỉ một câu hỏi đơn giản như "Xin chào, bạn vẫn khỏe chứ?" cũng đủ sức khiến bạn chú ý và đáp lại. Tương tự là các câu hỏi thường gặp trong cuộc sống như "Đây là tầng 2 phải không?" hoặc "Bộ thích bị xô đẩy lắm sao?"

Đây chính là ưu thế giao tiếp cơ bản mà một câu hỏi đơn giản nhất cũng có thể cung cấp cho bạn: tiếp diễn cuộc đối thoại và khiến cho đối phương có một sự hồi đáp.

2. Câu hỏi khiến cho người nghe phải quan tâm và suy nghĩ

"Connie có phải là tên của bạn?", "Cô thích dùng gì, trà hay cà phê?", "Chiếc vòng tay đó thật đẹp. Tớ có thể nhìn nó kỹ hơn được chứ?", hoặc "Tại sao cái này lại đắt tiền hơn cái kia?"

Với những câu hỏi như thế này, người nghe buộc phải suy nghĩ trước khi trả lời.

Khi đó, người nghe sẽ ở thế "phòng thủ" để suy nghĩ về câu hỏi của bạn, còn bạn sẽ có thêm thời gian và cơ hội để chuẩn bị câu nói hoặc hành động kế tiếp của mình.

Trong giao tiếp, những khoảng thời gian nghỉ như thế này có thể tạo lợi thế quan trọng cho bạn. Bạn có thể tranh thủ những

khoảng lặng để lên kế hoạch cho những gì mình sẽ nói kế tiếp, xem xét tình huống, trì hoãn hoặc khiến đối phương bối rối một cách có chủ đích, thậm chí để bảo vệ bản thân và tài sản của mình, bằng cách thương thuyết và khiến kẻ tội phạm đổi ý!

Một học viên của tôi từng gặp cướp giữa ban ngày. Tên cướp có súng và che mặt bằng khăn mùi soa.

Cô học viên của tôi làm theo những yêu cầu của tên cướp nhưng vẫn giữ được bình tĩnh và mỉm cười đặt câu hỏi với hắn. "Đây là cách kiếm tiền duy nhất của anh sao?" Cô ấy hỏi tên cướp. "Đi kiếm tiền bằng súng kiểu này chẳng phải là quá nguy hiểm à?" "Anh đã bao giờ bị cảnh sát bắt?" "Đó có phải là loại súng mà mấy chàng cao bồi trên phim hay sử dụng?"

Tên cướp vừa phải dọn đồ thật nhanh, vừa phải giữ vẻ đáng sợ với nữ học viên của tôi và vừa phải trả lời các câu hỏi của cô ấy, thế là hắn lúng ta lúng túng. "Chết tiệt thật! Cô làm tôi cuống cả lên đây này!"

Cuối cùng, hắn bỏ đi một cách bực bội mà chẳng lấy thứ gì.

Những câu hỏi của cô khiến hắn phải phòng thủ. Cô học viên của tôi đã đập tan thế tấn công - tức ý định cướp của - của hắn. Bằng cách khiến hắn phải trả lời câu hỏi, cô có thêm thời gian - trong khi hắn bị mất thời gian, đồng nghĩa với nỗi lo sợ và nguy cơ bị bắt sẽ tăng.

Cô đã xâm nhập thành công vào tâm trí tên cướp và hắn buộc phải đổi ý!

Tội phạm cũng chỉ là những con người bình thường như chúng ta, là những sinh vật có cảm xúc. Chúng không thể làm nhiều việc một lúc, cũng như không thể suy nghĩ hai việc khác nhau trong cùng một thời điểm.

Tóm lại, câu hỏi có tác dụng đặt người nghe vào thế phòng thủ - và giữ họ ở đó để bạn dễ bề "tiến công" theo ý mình.

3. Câu hỏi tạo điều kiện cho người nghe được nói

Con người ta ai cũng thích được nói để thể hiện mình, đặc biệt khi họ biết câu trả lời.

"Bạn có gặp khó khăn gì khi tìm đường đến nhà chúng tôi?" "Bạn thích sống ở đâu hơn, thành phố lớn hay thị trấn nhỏ?" "Nếu bạn

có thêm một đứa con trai nữa, bạn có muốn nó trở thành giáo viên giống bạn không?"

Trên đây là một số câu hỏi bạn có thể dùng để khiến cho người nghe hào hứng trò chuyện. Những Nguyên Tắc Đặt Câu Hỏi Thôi Miên mà tôi sắp trình bày ở phần sau sẽ chứng minh cho bạn thấy ưu thế thứ ba này lợi hại như thế nào trong việc giúp bạn nâng cao kỹ năng thuyết phục bằng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc và khiến cho đối phương trở thành đồng minh của mình!

4. Câu hỏi giúp khơi gợi sự quan tâm của người nghe đối với chủ đề bạn nói

Nhất là những khi cuộc trò chuyện hoặc phần trình bày của bạn đang có dấu hiệu nhàm chán, việc đặt câu hỏi sẽ giúp kích thích phản hồi từ khán giả và làm cho họ tiếp tục chú ý.

"Các anh chị có để ý thấy rằng thiết bị công phu này chỉ có ba nút?" "Nó là thiết bị nhỏ gọn nhất mà anh chị từng thấy, đúng chứ?", hoặc "Các anh chị đoán xem nó bao nhiêu tiền?"

"Tại sao mọi người lại quyết định đi Hawaii vậy?, "Chẳng phải ở đây chúng ta vẫn có thể xem trình diễn điệu nhảy hula kia mà?" "Giá cả ở Hawaii có đắt hơn ở đây không?"

5. Câu hỏi giúp củng cố sự đồng tình của người nghe

Việc đặt câu hỏi và trả lời câu hỏi giúp bạn rút ngắn được thời gian thuyết phục vì người nghe sẽ không phải mất công đoán mò về sự vật hoặc sự việc đang được nói đến. Những câu hỏi cũng giúp bạn định hướng lời nói và hành động của mình về phía những gì người nghe đang thực sự nghĩ trong đầu.

Câu hỏi: "Vì sao anh lại không thích ăn tối ở nhà Eleanor?"

Trả lời: "Bà ta mời chúng ta đến chủ yếu để làm mai cho con gái của bà ta với con trai chúng ta mà thôi."

Nhờ đó, bà vợ biết được lý do thực sự vì sao chồng mình không muốn đi ăn tối ở nhà đó. Một khi bạn áp dụng được điều này trong giao tiếp nói chung, những lời nói và hành động của bạn sẽ trở nên thuyết phục hơn và cuộc giao tiếp sẽ hiệu quả hơn rất nhiều.

Trở lại tình huống ví dụ trên, bạn có thể thấy mọi chuyện sẽ rối rắm cỡ nào nếu bà vợ không hỏi thẳng chồng mình mà chỉ đoán mò và suy diễn: "Chắc là ảnh không thích đi ra ngoài trong một

buổi tối trời lạnh thế này!", "Chúng ta sẽ phải tốn tiền mua quà cho bà ta!", hoặc "Chẳng có lý do gì để gặp bà ta!", "Ôi chao, lão chồng bà ta 'chán như con gián'!"

6. Câu hỏi sẽ giúp bạn điều khiển tâm trí người nghe và định hướng họ về phía kết luận mà bạn muốn

"Nếu bạn không vươn lên trong cuộc sống, bạn sẽ bị tụt lại phía sau. Điều này là thật, đúng chứ?"

Nếu bạn hỏi khán giả câu trên, bạn nghĩ họ sẽ cảm nhận hoặc trả lời thế nào?

"Tại sao lại như thế?"

Bạn lại hỏi: "Bao nhiêu người trong số các anh chị và các bạn từng nghe nói đến một Nguyên Tắc Vàng có tên gọi là Hành động vì cộng đồng?"

Khi đó, tâm trí của khán giả sẽ nghĩ và miệng của họ sẽ phát ra câu trả lời đại loại là: "Rồi!"

"Chúng ta có nên chỉ ngồi một chỗ và không làm gì cả trước tình huống này?" Bạn lại hỏi đám đông. "Chúng ta thừa biết rằng hậu quả của sự hờ hững này là bản thân chúng ta và cả con cái chúng ta sẽ gặp nguy hiểm mỗi ngày, phải chứ? Do vậy, tôi xin hỏi lại quý vị, chúng ta có nên chỉ ngồi một chỗ và không làm gì cả hay không?"

Những câu hỏi của bạn có thể dẫn dắt khán giả đến câu trả lời mà bạn muốn, là "Không!", hoặc "Có!", thậm chí là "Tuyệt đối không!"

Khi đó, bạn đang để cho khán giả của mình được dấn thân vào câu chuyện và hành động theo chủ ý của bạn.

Một khi họ trở thành một phần trong câu chuyện của bạn, hiển nhiên là họ sẽ đồng ý với "kịch bản" của bạn.

Bạn vừa làm một việc đáng ngưỡng mộ là xâm nhập và dẫn dắt tâm trí người nghe bằng Câu Hỏi; để từ đó, người nghe sẽ phải thay đổi tâm trí của mình theo ý bạn để Trả Lời!

7. Đặt câu hỏi là một cách ghi nhận sự tham gia, đóng góp của khán giả hay người nghe

Khi bạn dùng câu hỏi để xin ý kiến khán giả hoặc người nghe và

họ trả lời bạn, cả hai bên đã thiết lập một mối giao cảm và sự tương tác lẫn nhau.

Tại sao điều này lại quan trọng nhỉ?

Vì nó chứng tỏ rằng bạn thực sự quan tâm và cần đến người nghe, rằng họ thực sự quan trọng với bạn.

Tôi đã chia sẻ với bạn trong những chương trước rồi đấy, Danh Tiếng là một Tử Huyệt lợi hại thuộc Bộ Tứ. Khi bạn đánh động Tử Huyệt Danh Tiếng của khán giả hoặc người nghe một cách tích cực, tức là làm cho họ cảm thấy mình quan trọng, người được lợi chính là bạn.

Khi đó, bạn khẳng định vai trò quan trọng của khán giả đối với mình, còn họ thì có cơ hội được khẳng định chính mình!

Con người ai cũng mong muốn sự đóng góp của mình được công nhận dù là nhỏ nhất. Việc đặt câu hỏi cho bạn cơ hội được làm điều này với khán giả của mình!

8. Câu hỏi giúp người nghe tập trung vào những gì bạn nói

Để giao tiếp thành công, bạn luôn phải đảm bảo người nghe chú ý đến những gì mình nói và không bị mất tập trung bởi những yếu tố khác ngoài bạn.

Và bạn có thể làm được điều này bằng cách đặt câu hỏi!

Mất tập trung trong giao tiếp là "chuyện thường ngày ở huyện". Bạn nghĩ thế nào khi quá trình thương thảo hợp đồng giữa bạn và đối tác đang diễn tiến tốt đẹp, đối tác đang rất hài lòng, hợp đồng sắp được ký kết và... BÙM!

Điện thoại bỗng đổ chuông, một cái đèn bị cháy bóng hoặc ai đó bất ngờ gõ cửa gây náo loạn cảm xúc của người trong cuộc, khiến cho tình thế hay cục diện bị thay đổi!

Tưởng tượng xem, bạn đang phải thuyết phục Susie đảm nhận vị trí Chủ tịch Ban gây quỹ của công ty thì bỗng dưng, cậu con trai 5 tuổi của cô ấy nhảy xổ vào phòng la khóc ầm ĩ chỉ vì không làm sao gỡ được một chiếc tất vướng trên đầu do bị cậu bạn kia chơi khăm.

Thế là đối tượng giao tiếp của bạn bị phân tâm và mất tập trung. Và giờ là lúc bạn phải dẫn dắt tâm trí của họ trở lại với bạn!

Phải làm gì bây giờ?

“Mấy cuộc điện thoại này vui nhỉ, đặc biệt khi chúng reng ngay lúc chúng ta đang bàn bạc?”, “Cô có biết tôi đã nghĩ gì không lúc nghe thấy tiếng gõ cửa của cậu bé?”, “Susie, cô có nhận thấy rằng việc gây quỹ và nuôi dạy trẻ con cũng có nhiều điểm giống nhau?”

Một câu hỏi khéo léo ngay lập tức sẽ giúp bạn giành lại sự chú ý của người nghe. Thậm chí, nó giúp bạn loại bỏ nguy cơ xảy ra xung đột do cảm xúc của người trong cuộc đột ngột bị ngắt quãng bởi các tác nhân gây mất tập trung.

Chỉ cần một hoặc hai câu hỏi “lập lại trật tự” ngay lúc đó sẽ giúp bạn tiếp tục câu chuyện đang nói dở một cách suôn sẻ.

Tóm lại, để kiểm soát cuộc giao tiếp sau khi người nghe bị phân tâm, hãy chấm dứt tình trạng mất tập trung của họ bằng những câu hỏi phù hợp với tình huống!

9. Câu hỏi là một cách ra lệnh khéo léo và hiệu quả

Có năm người đứng trước mặt bạn.

“Đưa tôi quyển sách của bạn nào!” - bạn yêu cầu Người Số 1. “Tôi muốn đeo thử chiếc đồng hồ của bạn. Cho tôi mượn nó một xíu nhé!” - bạn nói với Người Số 2. “Nhặt tờ giấy đó lên đi nào!” - bạn ra lệnh cho Người Số 3. “Xin lỗi, tôi có thể mượn xem chiếc nhẫn của bạn một chút được không?” - bạn hỏi Người Số 4. “Lấy giùm tôi cây viết!” - bạn yêu cầu Người Số 5.

Bốn trong số năm người tức giận trước những yêu cầu của bạn. Họ nghĩ: “Thằng đó nghĩ nó là ai mà có quyền ra lệnh cho mình?”

Chỉ có Người Số 4 không những không tức giận mà còn quý bạn. Vì cô ấy là người duy nhất bạn đặt câu hỏi!

Trong khi đó, bạn lại ra lệnh cho bốn người kia, khiến họ không hài lòng.

Đừng ra lệnh hay bắt người khác phải làm gì cho mình, mà hãy hỏi ý họ!

Đặt câu hỏi chính là Thôi Miên Cảm Xúc. Vì khi đó, người nghe có quyền được quyết định. Trong khi đó, khi bạn ra lệnh, bạn mới là người quyết định, và điều này sẽ khiến người nghe cảm thấy khó chịu vì bị áp đặt.

Hãy làm cho người nghe cảm thấy mình quan trọng hơn bằng cách hỏi họ! Tại sao lại gây ra những sự phiền lòng không đáng có chỉ vì vài câu ra lệnh khinh suất?

Trong văn chương cũng như ngôn ngữ, dấu chấm hỏi có quyền năng thuyết phục cao hơn dấu chấm than!

Về mặt cảm xúc, con người luôn muốn mình được hỏi ý kiến. Và một khi bạn chịu mở lời hỏi họ, họ sẽ có xu hướng đồng ý làm điều bạn nhờ.

Hãy dùng câu hỏi thay cho những mệnh lệnh! Chỉ cần đặt câu hỏi bằng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, những yêu cầu của bạn sẽ trở nên thuyết phục hơn và người đối diện sẽ quý mến bạn hơn.

10. Câu hỏi giúp củng cố sự tự tin của chính bạn

Câu hỏi là đầu câu chuyện. Đặt câu hỏi giúp bạn mở đầu một cuộc trò chuyện, điều khiển một cuộc giao tiếp hoặc đề xuất cuộc hẹn kế tiếp. Đặt câu hỏi giúp bạn dễ dàng mở đầu một bài thuyết trình hay diễn văn, thiết lập các mối quan hệ, tình bạn, tình yêu, các giao dịch mua bán, kiếm được công việc ưng ý, tìm thấy sự hài lòng và có nhiều cơ hội trong cuộc sống.

Trong quá trình rèn luyện kỹ năng đặt câu hỏi thôi miên, bạn cũng đồng thời học được cách tự chủ và tự tin hơn trong mọi tình huống giao tiếp!

Kể cả khi bạn gặp phải rủi ro hoặc những sự cố ngoài ý muốn, kỹ năng đặt câu hỏi Thôi Miên Cảm Xúc sẽ giúp bạn giải quyết mọi vấn đề dễ dàng hơn bạn tưởng.

Chẳng hạn, bạn đi uống cà phê với bốn người bạn vào một buổi chiều nọ. Cuộc trò chuyện xoay quanh chủ đề đọc sách.

Mặc dù bạn cũng là một mọt sách thứ thiệt, nhưng bạn chưa có thời gian xem tác phẩm mới nhất của Skipdunk – He Came Home in Seven Parts - mà chỉ mới đọc một bài bình luận tác phẩm trên báo mà thôi.

Một anh bạn bất chợt hỏi bạn về nội dung truyện: “Cậu nghĩ sao về Ophelia, cô hầu gái phục vụ cho ông chồng thứ năm của bà nhân vật chính?”

Bạn không biết nhiều về nhân vật Ophelia này, nhưng bạn cũng không muốn mất mặt trước bạn bè, nhất là với cô bạn nhiều

chuyện Minnie J. ngồi ngay cạnh. Một cách khôn ngoan, bạn tự cứu mình một bàn thua trông thấy nhờ kỹ năng đặt câu hỏi.

"Cô hầu gái Ophelia à? Tôi không rõ nữa," bạn trả lời. "Nhưng tôi đang tự hỏi, liệu các bạn có thể giúp tôi trả lời một câu hỏi còn quan trọng hơn thế?"

"Đó là gì?" Minnie J. nhanh nhảu.

"Bạn có nghĩ rằng He Came Home in Seven Parts là tác phẩm hay nhất của Skipdunk?"

Câu hỏi này sẽ xoay chuyển cuộc trò chuyện theo hướng khác, và cũng nhờ nó mà bạn không phải mất thể diện trước mặt chúng bạn.

Trong trường hợp này, bạn đã tuân thủ các nguyên tắc đặt câu hỏi (mà tôi sắp trình bày ở phần kế tiếp), vận dụng tình huống phù hợp và làm cho mọi người có cảm giác là bạn am hiểu cuốn sách dù thực sự bạn chưa hề đọc nó.

Đã là con người, chẳng ai vui vẻ gì khi bị mất mặt, kể cả bạn!

Một khi được định hướng và vận dụng đúng đắn, kỹ năng đặt câu hỏi không chỉ giúp bạn giữ thể diện, mà còn có tác dụng vun bồi sự tự tin của bạn một cách nhanh chóng và chắc chắn trong cuộc sống!

Những nguyên tắc đặt câu hỏi sau đây sẽ đảm bảo giúp bạn rèn cho mình kỹ năng nói chuyện lợi hại khiến bạn "bách chiến bách thắng" trong mọi tình huống giao tiếp!

Sáu nguyên tắc đặt câu hỏi Thôi Miên Cảm Xúc

Chừng nào bạn còn sống trên đời, chừng đó bạn sẽ còn giao tiếp, trò chuyện và tương tác với mọi người, đúng chứ? Và hẳn là bạn luôn muốn người khác hồi đáp lại những gì mình nói?

Hãy đặt câu hỏi, và bạn sẽ được toại nguyện.

Bạn có thể dễ dàng xui khiến người khác làm điều mình muốn chỉ bằng cách khéo léo dẫn dắt họ qua các câu hỏi. Nhưng để làm được như thế, bạn cần phải biết "luật chơi".

Bạn cần phải ghi nhớ Sáu Nguyên Tắc Đặt Câu Hỏi Thôi Miên sau, phối hợp chúng với nhau và luôn sẵn sàng áp dụng chúng trong

mọi trường hợp.

Một khi học được cách đặt đúng câu hỏi, bạn sẽ khám phá ra một con người mới hơn của chính mình. Kể cả những người nghe hay khán giả khó tính nhất cũng vẫn phải nhìn nhận sự việc theo cách của bạn thông qua những câu hỏi thuyết phục từ bạn.

Sau đây là sáu nguyên tắc thần kỳ đó:

1. Đặt những câu hỏi mà bạn biết chắc là mình sẽ nhận được câu trả lời như mong muốn

Chẳng hạn, nếu bạn hỏi một bà nội trợ rằng: "Chị có muốn mình có nhiều thời gian hơn để nghỉ ngơi, thư giãn thay vì cứ làm quần quật hết việc này đến việc kia?" Chắc chắn bà ấy sẽ trả lời "Có". Đó cũng là một câu hỏi thôi miên, vì nó đánh động một Tử Huyệt Bản Thân - nhu cầu được nghỉ ngơi của người nghe!

Nếu bạn hỏi một nhà quảng cáo rằng: "Ông có mong muốn trở thành người dẫn đầu của ngành công nghiệp quảng cáo hiện nay?" Chẳng có nhà quảng cáo nào thần kinh đến nỗi trả lời "Không". Lưu ý rằng đây cũng là một câu hỏi thôi miên, vì nó nhắm đến khao khát về mặt vật chất (Tiền Bạc) và cả quyền lực (Danh Tiếng) trong đó.

Bạn còn nhớ câu hỏi của nhà tuyển dụng dành cho các ứng viên vị trí tiếp thị trực tiếp ở Chương 6: "Anh có sẵn sàng trải qua năm tháng làm việc trong môi trường áp lực cao để có vị trí vững chắc ở công ty chúng tôi, với mức lương là 6.000 đô la một năm không?" Phần lớn các ứng viên nghĩ ngay đến từ "Có" sau khi nghe xong câu hỏi. Lần nữa, đây cũng là một câu hỏi thôi miên, với Lới hứa hẹn Tương Lai và Tử Huyệt Tiền Bạc được lồng ghép trong đó!

2. Đó phải là một câu hỏi mà khán giả hoặc người nghe trả lời được

Mọi người sẽ cảm thấy phiền nếu bạn hỏi họ những điều mà họ không thể trả lời. Mặt khác, câu hỏi thôi miên là những câu hỏi mà ở đó, người đối diện có cơ hội được thể hiện bản thân hoặc kiến thức của mình. Áp dụng nguyên tắc này đồng nghĩa với việc tận dụng những thông tin hiển nhiên về đối tượng giao tiếp của bạn để đưa ra câu hỏi phù hợp.

Chẳng hạn, khi bạn giao tiếp với một người đánh cá, hãy hỏi ông ta: "Loại mồi câu ưa thích nhất của bác để câu được cá hồi là gì?"

Với một giám đốc điều hành, hãy hỏi một câu đại loại như: "Theo quan điểm của anh, đâu là những phẩm chất quan trọng nhất để thành đạt?"

Một nữ ứng viên xin việc hỏi nhà tuyển dụng: "Anh là một chuyên gia nhân sự phải không?" "Không," người phỏng vấn trả lời. "Tôi làm trong bộ phận thiết kế." Câu hỏi kế tiếp của cô gái dựa trên thông tin hiển nhiên vừa nhận được: "Em muốn hỏi ý kiến anh là, anh có cho rằng việc sử dụng nghệ thuật ảnh động trong quảng cáo thì sẽ thuyết phục và thu hút công chúng hơn so với ảnh tĩnh hay không?" Mặc dù đang rất bận rộn, người phỏng vấn vẫn mỉm cười và đáp lại câu hỏi của nữ ứng viên, đồng thời tranh thủ cơ hội thể hiện kiến thức của mình trước một đôi tai đang rất lắng nghe. Anh ta biết câu trả lời chứ? Chắc chắn rồi, vì đó là nghề của anh ta mà. Kết quả là, anh có ấn tượng đặc biệt với cô gái này hơn hẳn những ứng viên xin việc khác vì cô là người duy nhất thiết lập một mối giao cảm với anh và cho anh lý do để nhớ đến cô! Thế là cô gái đó trúng tuyển! Nhờ ứng dụng nguyên tắc số hai này kết hợp với những nguyên tắc đặt câu hỏi thôi miên khác, cô gái ấy đã tạo cho mình một lợi thế cạnh tranh vượt trội so với những người khác và giành chiến thắng.

3. Sử dụng câu hỏi dẫn dắt những khi cần

"Câu hỏi dẫn dắt" là câu hỏi bao gồm cả câu trả lời bạn muốn nghe từ đối phương. Nó chỉ nhằm mục đích nhấn mạnh thông điệp đó thêm một lần nữa vào trong tâm trí đối phương cũng như nhắc họ phải nhớ về nó. Rất dễ dàng để tạo ra một câu hỏi dẫn dắt. Bạn chỉ cần đặt câu khẳng định mà mình muốn, rồi biến nó thành câu hỏi, bằng cách thêm các cụm từ như "phải không?", "đúng chứ?", hoặc "phải chứ?" chẳng hạn.

"Bạn muốn nói chuyện với một người có thể hiểu rõ những vấn đề hiện tại của mình, đúng chứ?"

"Quả là một sự lựa chọn tuyệt vời, phải chứ?"

"Hôm nay là thứ Ba ngày 16, đúng không?"

"Tôi nhớ là anh mặc một bộ vest màu nâu hạt dẻ được thiết kế riêng trong lần gặp trước của chúng ta, phải chứ?"

4. Liên hệ câu hỏi của mình với người nghe, thời gian và bối cảnh cuộc giao tiếp

"Bạn muốn tống khứ hết sâu hại và cỏ dại ra khỏi khu vườn thân

yêu của mình mãi mãi, đúng chứ?" là một tiêu đề quảng cáo kiêm câu hỏi thôi miên ứng dụng gần như cả sáu nguyên tắc tôi đang trình bày ở đây. Câu quảng cáo này đã giúp thu hút được rất nhiều khách hàng bước vào các quầy bán dụng cụ làm vườn trong trung tâm thương mại. Nhưng nếu bạn đem câu quảng cáo này sang quầy hàng bán mũ nón thời trang dành cho phụ nữ, bảo đảm nó sẽ bị vứt sọt vì vô dụng.

Lúc bấy giờ, Thụy Sĩ là quốc gia cuối cùng ở châu Âu còn cấm phụ nữ tham gia chính trị. Lý do cho sự trì hoãn này là: Thụy Sĩ tổ chức một cuộc thăm dò toàn quốc nhằm trưng cầu dân ý về một đề xuất mới của Chính phủ liên quan đến việc có nên cho phép phụ nữ đi bầu cử và tham gia chính trường hay không. Tất cả cử tri đều là nam giới. Trước ngày bỏ phiếu, nhiều tấm áp phích được treo khắp cả nước ở những vị trí đắc địa. Nội dung của những tấm áp phích này gồm hai câu hỏi hết sức thuyết phục như sau: "Nếu một phụ nữ cảm thấy hạnh phúc, chính trị có nghĩa lý gì với cô ấy?" "Nếu người phụ nữ không hạnh phúc, thì chính trị có làm được gì cho cô ấy không?" Các nam cử tri chiếm thế áp đảo và chống lại đề xuất, do vậy mà lúc bấy giờ phụ nữ Thụy Sĩ vẫn chưa có quyền đi bầu cử như nhiều nước châu Âu khác. Như tôi từng đề cập, Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc vừa là một vũ khí chính nghĩa giúp cho cuộc sống con người tiến bộ và tốt đẹp hơn, nhưng nó cũng có thể là công cụ phục vụ cho những mưu đồ tiêu cực, kìm hãm sự phát triển của con người!

Hẳn bạn còn nhớ ví dụ về người chủ của một hiệu chụp ảnh mà các cô gái độc thân thường ra vào để hỏi giá mà tôi đã trình bày trong Chương 6. Ông ta thành công trong việc thu hút khách hàng vào tiệm cũng nhờ áp dụng nguyên tắc đặt câu hỏi thứ tư này. Khi các cô gái bước vào tiệm, người chủ tiệm đã hỏi: "Các cô có biết lý do vì sao chúng tôi được gọi là 'những nhiếp ảnh gia may mắn' không?" Trong khi các cô gái mỉm cười trả lời "Không", ông ta lấy ra bốn, năm tấm ảnh cưới của những khách hàng trước và nói: "Những cô gái này đã đến chỗ chúng tôi chụp ảnh chân dung. Chưa đầy một năm sau, họ đã có một đám cưới lộng lẫy và hạnh phúc như thế này!" Và thế là hiệu ảnh ấy lãi to! Câu hỏi của người chủ hiệu ảnh không chỉ nhắm đúng đối tượng là những cô nàng độc thân, mà còn tác động ngay vào Tử Huyệt Tình Yêu của các cô, nơi mà các cô sẽ dễ dàng tiếp nhận thông điệp và quyết định chọn dịch vụ chụp ảnh của tiệm ông ta. Trong trường hợp này, câu hỏi đó thành công là bởi nó được thốt ra đúng Thời Điểm, hợp Bối Cảnh và quan trọng là đúng Đối Tượng người nghe. Và thế là các cô nàng độc thân chọn ngay hiệu ảnh đó mà không còn quan tâm đến giá cả Tiền Bạc như cách đó vài phút nữa!

5. Gắn kết nội dung câu hỏi với những gì bạn nói

Câu hỏi của bạn liên quan đến Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo nào thì hãy trò chuyện với đối phương xung quanh vấn đề đó.

"Bạn có muốn mình khỏe mạnh hơn?" (Bản Thân)

"Bạn đã bao giờ nhìn thấy một tấm thiệp Giáng sinh độc đáo như thế này?" (Tình Yêu - Trải Nghiệm Mới)

"Anh có mong con gái mình trở thành ngôi sao nổi tiếng khắp cả nước?" (Danh Tiếng)

"Bạn có chịu nổi loại người thường xuyên trễ hẹn và khiến mình luôn phải chờ đợi họ?" (Bản Thân)

"Một người phụ nữ có chiếc mũi dài đến mười phân cơ à?" (Tình Yêu - Trải Nghiệm Mới)

"Bạn có muốn kiếm được 50 đô la một cách nhanh nhất, dễ nhất mà vẫn hợp pháp?" (Tiền Bạc)

"Anh có thấy tức không khi phải bỏ ra đến 35 đô để mua cái radio đó, trong khi thằng bạn anh chỉ tốn có 20 đô để mua một cái y hệt?" (Tiền Bạc và Danh Tiếng)

"Chị đã bao giờ mong muốn mình được tài sắc vẹn toàn như mấy cô hoa hậu Mỹ?" (Danh Tiếng)

"Cậu đang nói tới cô gái mặc áo tắm xanh với thân hình quyến rũ đằng kia phải không Harry?" (Tình Yêu)

"Làm thế nào để tiết kiệm 50 cent tiền mua tất?" (Tiền Bạc)

"Chị có nghe nói đến chiếc máy rửa chén đĩa mới nhất có khả năng xử lý một đống chén đĩa chỉ trong vòng nửa thời gian so với các loại máy hiện có trên thị trường?" (Tình Yêu - Trải Nghiệm Mới, Bản Thân)

"Làm thế nào mà trông cô trẻ thế?" (Bản Thân, Danh Tiếng)

"Bạn có được nhiều chàng trai theo đuổi và tán tỉnh không?" (Tình Yêu)

"Anh chị có muốn tiết kiệm thời gian đi mua sắm?" Người quản lý siêu thị hỏi một đôi vợ chồng. "Chúng tôi sẽ giao hàng miễn phí tận nhà cho anh chị." (Bản Thân)

“Những mối quan hệ bạn có được trong công ty sẽ rất có lợi cho việc kinh doanh riêng của bạn, đúng chứ?” (Tiền Bạc)

6. Sử dụng câu hỏi lựa chọn khi bạn cần đến sự đồng thuận hoặc hành động phản hồi từ phía người nghe

Hãy đặt những câu hỏi cho phép người nghe được quyền chọn đồng ý bằng cách này hay cách khác.

“Anh chị muốn chúng tôi giao hàng khi nào, trong tuần này hay đầu tuần tới?”

“Anh chị chọn hình thức thanh toán nào - trả tiền mặt ngay bây giờ hay trả góp mỗi tháng?”

“Chúng tôi có thể gọi điện cho anh chị vào thứ Hai... hay tối thứ Năm nhỉ, sẽ thuận tiện hơn cho các anh chị, đúng chứ?”

Trước khi đặt câu hỏi loại này, hãy chắc chắn rằng cả hai lựa chọn bạn đưa ra cho đối phương đều có thể chấp nhận được và nằm trong khả năng lo liệu của bạn. Đối phương sẽ lựa chọn một trong hai. Đừng hỏi họ lựa chọn giữa có và không!

Chẳng hạn, bạn có thể đặt một câu hỏi giống như nhà gây quỹ từ thiện sau: “Các anh chị muốn góp 1 đô la hay nhiều hơn?” Cả hai lựa chọn đều là “Có.”

Nếu bạn muốn người nghe làm điều gì đó cho mình, đừng để họ có cơ hội nói “Không!” với bạn. Giống như câu hỏi trên, vấn đề không phải là bạn có góp tiền hay không, mà là góp bao nhiêu. Một dạng khác của loại câu hỏi thôi miên này bao gồm một lựa chọn tốt và một lựa chọn tồi. Bạn đặt câu hỏi này khi muốn chắc chắn rằng người nghe sẽ chọn phương án tốt mà bạn đã dự liệu.

“Chị muốn được bảo đảm ngày hôm nay, hay bị kiện tụng vào ngày mai?”

“Anh chọn cái nào, một tương lai được đảm bảo, hay một cuộc sống không có tương lai?”

“Cha mẹ nên bảo vệ con cái ngay từ bây giờ còn hơn là để mặc các bé bị thương tật về sau, các anh chị đồng ý chứ?”

Việc áp dụng nguyên tắc đặt câu hỏi có lựa chọn này cần được luyện tập chứ không phải tự nhiên thành thục được. Nhưng một khi đã thành thạo, bạn sẽ hoàn toàn bất ngờ với hiệu quả thuyết

phục của nó!

Hãy ghi nhớ và áp dụng Sáu Nguyên Tắc Đặt Câu Hỏi Thôi Miên trên. Chúng là những người nô bộc hết sức hữu dụng và cần thiết trong mọi thành công của bạn từ nay về sau.

Cách tốt nhất để khiến cho người khác làm điều bạn muốn chính là thuyết phục họ sao cho họ phải tự thuyết phục bản thân mình làm việc đó cho bạn. Việc đặt đúng câu hỏi sẽ giúp bạn thực hiện điều này dễ dàng.

Hãy làm chủ những câu hỏi của mình! Thốt ra chúng vào những thời điểm thích hợp!

Hãy trang bị cho bản thân thứ "vũ khí phòng vệ" vô cùng hiệu nghiệm này: Các câu hỏi "Vì sao?" hoặc "Tại sao?". Với loại câu hỏi này, người nghe khó mà phân tâm được. Và do vậy, những câu hỏi tại sao sẽ đồng thời cung cấp cho bạn nhiều Ưu Thế Giao Tiếp mà bạn sẽ rất cần để đảm bảo thành công.

Hãy nhớ:

Bạn có được Câu Trả Lời mình muốn khi và chỉ khi bạn hỏi Đúng Câu Hỏi!

Hãy quan sát và thực hành sáu nguyên tắc! Chúng sẽ khiến cho bất kỳ ai bạn giao tiếp cũng dễ dàng đồng ý với mọi điều bạn nói.

Và khi họ đồng thuận, sự tự tin của bạn sẽ tăng. Bạn sẽ dễ dàng đưa ra các đề xuất một cách chủ động, dẹp bỏ mọi nỗi sợ, và hoàn thiện cho mình một phong thái tích cực, cuốn hút hơn.

Điều quan trọng hơn nữa là, những Câu Hỏi Thôi Miên sẽ giúp bạn làm chủ được mọi tình huống giao tiếp một cách dễ dàng và hiệu quả ngoài sức tưởng tượng của bạn!

Chương 10

ĐỂ BẠN LUÔN ĐÚNG TRONG CÁC CUỘC TRANH CÃI VÀ HÒA GIẢI MỌI CUỘC ĐẤU KHẨU BẰNG PHƯƠNG PHÁP THÔI MIÊN CẢM XÚC

Cách tốt nhất để giải quyết một cuộc tranh cãi chính là... đừng dây vào nó.

Với Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, bạn sẽ dễ dàng hòa giải được mọi cuộc tranh cãi theo cách có lợi nhất cho mình mà không phải trực tiếp tham gia vào đó.

Trong giao tiếp hằng ngày của con người, có tám chủ đề nhạy cảm mà bạn luôn phải cẩn thận khi bàn luận. Đó là những chủ đề nói chuyện vừa hấp dẫn nhưng cũng vừa dễ xảy ra nguy cơ "chiến tranh" nhất.

Tôi gọi chúng là Tám Chủ Đề dễ gây Bất Đồng Nhất.

Nguyên nhân những chủ đề này dễ gây mất lòng là bởi phần lớn mỗi người chúng ta đều hình thành cho mình những quan điểm cố định và gần như bất biến về chúng. Khi tranh cãi, chúng ta có xu hướng "mắt thì mở to nhưng não thì khép chặt" để bảo vệ quan điểm của mình đến cùng. Kể cả khi bạn cãi thắng, bạn cũng chẳng được lợi lộc gì mà còn bị sứt mẻ các mối quan hệ!

Tám chủ đề dễ gây bất đồng đó là:

1. Tôn giáo;

2. Chính trị;

3. Gu thưởng thức cá nhân;

4. Ngoại hình;

5. Trình độ;

6. Quan hệ bạn bè;

7. Sự thành đạt;

8. Quan hệ máu mủ.

Mỗi khi cuộc giao tiếp của bạn bắt đầu đụng chạm đến những chủ đề này, hãy làm theo ba bước sau, rồi bạn sẽ có một cuộc nói chuyện suôn sẻ và hạn chế tối đa mâu thuẫn.

Đầu tiên: Xác định xem đối tượng giao tiếp của bạn đứng về phe nào. Điều này cần được áp dụng kể cả khi bạn trò chuyện với nhiều người một lúc.

Kế đến: Nếu bạn đồng ý với quan điểm của người kia, hãy thể hiện sự đồng tình của mình một cách tích cực. Nếu không, hãy mỉm cười và thể hiện quan điểm của mình một cách khiêm tốn, nhã nhặn!

Cuối cùng: Quay trở lại bước thứ nhất!

Bước thứ nhất quan trọng là bởi, nó đòi hỏi bạn phải tìm hiểu và tôn trọng quan điểm của đối phương. Nếu không làm được điều này, bạn sẽ đánh mất sự tôn trọng của đối phương dành cho mình, tự đưa mình vào những cuộc chiến không cần thiết, hành xử xấu tính và hủy hoại luôn khả năng thuyết phục của bản thân.

Khi bàn luận về những chủ đề nhạy cảm trên, hãy nhớ rằng cả thái độ và quan điểm của bạn lẫn đối phương đều là những thành kiến cá nhân. Chúng có giá trị như nhau cũng như khả năng gây tổn thương ngang nhau.

“Lý sự với thành kiến giống như chiến đấu với một cái bóng,” Mildmay từng nói. “Điều đó khiến cho người lý sự càng lúc càng tổn thương và hao mòn trong khi thành kiến kia vẫn trơ trơ!”

Khi bạn cảm nhận được mâu thuẫn manh nha, hãy ngay lập tức

đổi chủ đề bằng những câu hỏi có định hướng.

Và hiển nhiên, đừng dại gì chuyển hướng sang một đề tài dễ gây bất đồng khác! Làm thế chẳng khác nào "đã nhức đầu mà còn cố mang giày chật" - bạn không hề làm dịu cơn đau đầu mà chỉ chuyển nó từ đầu xuống chân thôi.

Hãy thay đổi đề tài bằng những câu hỏi dẫn dắt thích hợp!

Bạn đã biết những lợi thế giao tiếp của việc đặt câu hỏi. Hãy áp dụng sáu nguyên tắc đặt câu hỏi thôi miên được trình bày ở chương trước để chúng giúp bạn có một cuộc trò chuyện suôn sẻ, trơn tru!

Hãy như một con cú!

Cú thường được người phương Tây cho là loài vật khôn ngoan bởi chúng luôn tỏ ra khôn ngoan và chỉ phát ra tiếng kêu khi cần!

Giờ là lúc tôi chia sẻ cho các bạn cách áp dụng kiến thức Thôi Miên Cảm Xúc để xử lý Tám Chủ Đề dễ gây Bất Đồng Nhất.

Trên cơ sở Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc, tôn giáo và quan hệ máu mủ là hai lĩnh vực nằm giữa Bản Thân và Danh Tiếng. Chính trị, gu thưởng thức cá nhân và ngoại hình thuộc phạm vi Danh Tiếng. Và cuối cùng, trình độ, quan hệ bạn bè và sự thành đạt cũng gắn liền với Danh Tiếng.

Bạn thấy điều gì thú vị ở đây chưa?

Cả tám chủ đề dễ gây bất đồng đều liên quan đến Tử Huyệt Danh Tiếng của con người!

Do vậy, nếu bạn có ý định gây sự với ai đó, trước đấy hãy nhớ mỉm cười và hỏi họ rằng: "BẠN nghĩ như thế nào?" hoặc "Cảm nhận của BẠN ra sao về vấn đề này?"

Tại sao ư?

Bởi vì những chủ đề nói chuyện nhạy cảm đó có thể động chạm đến quan điểm cố hữu và thể diện của người nghe - những thứ gắn liền với Tử Huyệt Danh Tiếng của họ, nhất là khi chính bạn là người chủ động đặt vấn đề! Khi đó, hãy lưu ý những câu trả lời của người nghe, vì chúng sẽ phần nào tiết lộ quan điểm và góc nhìn của họ, từ đó bạn so sánh, đối chiếu với quan điểm và vị trí của chính mình để có thể diễn tiến cuộc trò chuyện suôn sẻ hơn!

Thực tế có vô số đề tài tưởng chừng nho nhỏ nhưng có thể khiến một cuộc trò chuyện đang bình thường bỗng dưng thành đấu khẩu hoặc thậm chí ẩu đả ngoài Tám Chủ Đề dễ gây Bất Đồng Nhất mà tôi vừa nêu.

Chuyện tiền nong là ví dụ. Tiền vừa là khao khát, gánh nặng, nỗi sợ của tất cả chúng ta, vừa là nguyên nhân chính của nhiều sự cãi vã và xung đột. Tuy nhiên, một khi bạn áp dụng khéo léo sáu nguyên tắc đặt câu hỏi thôi miên mà tôi vừa chia sẻ ở chương trước, bạn sẽ có thể giao tiếp và bàn bạc vấn đề tiền bạc một cách dễ dàng và thoải mái hơn nhiều so với tám chủ đề gây bất đồng mà tôi đã thống kê. Tương tự, sáu nguyên tắc đặt câu hỏi cũng sẽ giúp bạn giải tỏa những vấn đề về tình yêu, tình dục và sự hài lòng một cách nhẹ nhàng một khi bạn sử dụng chúng thành thạo.

Rơi vào một cuộc tranh cãi quả thật không dễ dàng gì; nhưng giải quyết cuộc tranh cãi sao cho êm đẹp còn khó khăn gấp bội.

Sau đây là danh sách một số câu nói phổ biến có thể châm ngòi cho cãi vã và đấu khẩu thuộc Tám Chủ Đề dễ gây Bất Đồng Nhất. Tôi gọi chúng là những cái Bẫy Giao Tiếp. Trong giao tiếp hằng ngày của con người có hằng hà sa số những cái bẫy như thế này, và chúng hoàn toàn có thể vượt ra ngoài tám chủ đề nhạy cảm kia cũng như ngoài sức tưởng tượng của bạn. Chúng gây ra những xung đột cá nhân, sứt mẻ tình bằng hữu, sụt giảm doanh số kinh doanh, sự căm ghét và hận thù, những cuộc chia tay, ly dị và cả những vụ mưu sát.

Hãy hạn chế tối đa những câu nói kiểu này trong giao tiếp, nếu bạn không muốn "cái miệng làm hại cái thân"!

Chúng là những câu nói Thôi Miên Cảm Xúc, nhưng lại theo cách tiêu cực, làm tổn thương người đối diện thay vì giúp họ cảm thấy tốt đẹp hơn. Bạn có thể dễ dàng xác định được những Tử Huyệt Cảm Xúc mà chúng nhắm đến như sau:

"Anh đã thay đổi quá nhiều, không còn là anh mà em từng biết nữa!" (Bản Thân và Danh Tiếng)

"Em ước gì anh biết tiết kiệm tiền, dù chỉ là một lần." (Tiền Bạc và Danh Tiếng)

"Jane, bà làm gì mà cứ phải giấu mấy sợi tóc bạc như giấu vàng vậy!" (Bản Thân, Danh Tiếng)

"Mày đúng là thằng keo kiệt, bủn xỉn nhất tao từng biết!" (Tiền

Bạc và Danh Tiếng)

“Cái áo mà mình tặng bồ hôm rồi làm mình cháy túi luôn đó. Mình tưởng bồ phải trân trọng và mặc nó thường xuyên hơn chứ!” (Tiền Bạc và Danh Tiếng)

“Mặt bà có nếp nhăn kìa, không soi gương à?” (Bản Thân và Danh Tiếng)

“Chú em mày không để cho người khác được ngóc đầu lên kiếm cơm hay sao?” (Tiền Bạc và Danh Tiếng)

“Những ý tưởng này dị hợm quá, tôi không thích!” (Tình Yêu - Trải Nghiệm Mới)

“Cẩn thận nhé, mình nói có sách mách có chứng đó nha!” (Danh Tiếng)

“Ồ anh bạn Pat của tôi ơi, anh bị hói đến bóng loáng cả đầu rồi kìa!” (Bản Thân và Danh Tiếng)

“Biến, đây không phải việc của mày!” (Danh Tiếng)

“Tiền quan trọng với em đến thế sao?” (Tiền Bạc)

“Lẽ ra tôi không nên đồng ý kết hôn với anh. Tại sao lúc đó tôi ngu ngốc thế này hả trời?” (Tình Yêu và Danh Tiếng)

“Anh có biết mình sẽ tốn cả thảy bao nhiêu tiền nếu theo đuổi vụ kiện này?” (Tiền Bạc)

“Cưng đúng là vô dụng thiệt. Ngày này qua ngày khác chỉ làm mỗi một công việc đơn giản mà cũng không xong!” (Tình Yêu - Trải Nghiệm Mới và Danh Tiếng)

“Cô yêu cái gương hơn yêu tôi!” (Danh Tiếng)

“Mình thấy mẹ của bồ béo lắm, không mặc được mấy kiểu áo len bó chật này đâu!” (Bản Thân và Danh Tiếng)

“Cưới anh ta, bồ sẽ chẳng được lợi lộc gì đâu!” (Bản Thân và Tình Yêu - Lời hứa hẹn Tương Lai)

“Con có bị bất thường gì không? Trong khi mấy đứa bạn gái của con có bồ hết trơn rồi, con làm gì mà đào mãi không ra một thằng?” (Tình Yêu và Danh Tiếng)

“Sao anh cứ mở miệng là công việc, công việc và công việc vậy?” (Danh Tiếng)

“Làm thế, cậu sẽ chẳng bao giờ hạnh phúc được đâu!” (Bản Thân)

“Chắc tại họ thấy cái mặt mốc của bà nên mới ‘chặt chém’ đó. Tui cũng mua y chang bà mà được tính rẻ hơn đến 10 đô nè.” (Tiền Bạc và Danh Tiếng)

Trên đây là vài trong số những cái Bẫy Giao Tiếp có thể khiến một cuộc nói chuyện đang yên lành thành chiến trường ngay tức khắc.

Hãy luôn cố gắng điều khiển những cuộc giao tiếp của bạn tránh khỏi những cái bẫy này! Nếu không, hậu quả có thể nghiêm trọng hơn bạn tưởng đấy.

Còn nếu bạn cứ tự đâm đầu vào các cuộc tranh cãi, tôi sẽ không ngạc nhiên nếu sức khỏe và tinh thần của bạn càng lúc càng sa sút. Khi đó, bạn sẽ luôn có chuyện để than van, trách móc, bất kể người khác có gây chuyện với bạn hay không.

Chưa kể, những sự bực bội cứ quanh quẩn trong tâm trí khiến bạn mất tập trung, dễ gây sai sót hoặc tai nạn trong công việc như đóng đinh nhầm vào ngón tay, té cầu thang, vấp ngã trên đường, lái xe bất cẩn, nói chuyện không đầu không đuôi với sếp, hoặc thậm chí là ăn đậu phộng bằng... dao mà không để ý.

Bạn nên làm gì khi chính mình bị đánh trúng Tử Huyệt và tổn thương?

Thứ nhất, nếu bạn đã rời khỏi kẻ đã chọc tức bạn, đừng cố khơi gợi hay kích động lại chuyện bực mình. Hãy làm một việc gì đó khác để xua tan những cảm xúc tiêu cực bị dồn nén, chuyện nhảm cũng được, chẳng hạn như vỗ tay mười cái thật mạnh! Những thú vui giết thời gian như tập thể dục, tản bộ, thổi kèn hoặc đếm cừu có thể giúp ích. Hoặc tìm đến một người bạn thân mà bạn hoàn toàn tin tưởng để tâm sự với họ. Nhiều khả năng là họ cũng chẳng thể tập trung nghe hết câu chuyện của bạn đâu, nhưng điều đó không quá quan trọng, vì ưu tiên của bạn lúc này là “xả xú páp”.

Thứ hai, nếu bạn vẫn phải ở gần kẻ vừa chọc tức bạn, cần gì phải tự làm tổn thương mình thêm bởi một xích mích có thể hòa giải được? Hãy yêu thương bản thân mình trước bằng cách cho qua mọi chuyện. Lấy lại huyết áp và nhịp tim bình thường, và sử dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc!

Tranh cãi là hậu quả của sự bất đồng.

Do vậy, cách tốt nhất để không xảy ra tranh cãi chính là hãy ĐỒNG TÌNH với đối phương!

Hãy nói: "Anh nói chính xác!" một cách thật lòng!

Khi đối phương tranh cãi, trách mắng, phê bình, sỉ vả hay hạ nhục bạn, họ làm thế vì động cơ cảm xúc cá nhân chứ chẳng phải vì sự bất đồng quan điểm. Chính Tử Huyệt Danh Tiếng thúc ép họ phải giữ thể diện, thể hiện uy quyền trước mặt bạn và làm ra vẻ họ mới là người đúng.

Chính vì vậy, cách hòa giải cũng đơn giản thôi: Hãy thể hiện sự đồng tình với anh ta! Hãy nói rằng anh ta đúng!

Sao? Bạn cảm thấy kỳ cục khi thừa nhận anh ta đúng chứ gì?

Mặc kệ, hãy làm như thế đi!

Trừ phi đó là một mâu thuẫn hoặc tranh chấp có liên quan đến pháp lý, chìa khóa hòa giải ở đây vẫn là "một sự nhịn, chín sự lành" - giải pháp này tốt và có lợi hơn cho bạn về mặt cảm xúc.

Cách giải quyết này đồng thời giúp bạn duy trì mối quan hệ giữa hai bên, giữ gìn hình tượng và bảo vệ sức khỏe bản thân, cả về thể chất lẫn tinh thần.

Không tin thì cứ thử!

Đó chính là bí kíp để bạn "chiến thắng" mọi cuộc tranh cãi, hòa giải các cuộc đấu khẩu và rèn luyện cho mình kỹ năng ứng biến khôn khéo hơn.

Cách tốt nhất để bạn rèn luyện kỹ năng vô cùng cần thiết này chính là tôn trọng quan điểm của tất cả mọi người - kể cả khi bạn không đồng tình với họ. Rồi bạn sẽ thấy, sự tôn trọng giúp bạn được nhiều hơn mất, và những người mà bạn giao tiếp cũng sẽ đáp lại sự tử tế của bạn một cách xứng đáng. Vì họ cũng là một con người có cảm xúc - giống như bạn vậy.

Chương 11

BÍ QUYẾT ĐỂ BẠN ĐƯỢC CẢ THẾ GIỚI YÊU MẾN, TÔN TRỌNG VÀ GHI NHỚ NHỜ PHƯƠNG PHÁP THÔI MIÊN CẢM XÚC

Một trong những câu chuyện cười đầu tiên tôi được nghe kể nói về một gã say rượu đội mũ cao, mặc áo khoác không cài nút với khăn choàng cổ len màu trắng. Lúc đó đã là nửa đêm, gã ta cứ đi qua đi lại một cách chếnh choáng quanh một cái cột đèn sáng trưng giữa phố xá.

Lúc đó, một anh cảnh sát vừa mân mê dùi cui trên tay vừa đi tuần tra. Nhìn thấy gã say, viên cảnh sát lại gần và hỏi: "Bị mất đồ à?"

"Đúng rồi!" Gã say rượu ngất ngưởng trả lời. "Một tờ 10 đô la! Tui... tui đánh rơi nó ở tòa nhà kia!"

Khó hiểu, viên cảnh sát gãi đầu. "Nếu ông mất tiền ở tòa nhà kia, sao lại tìm ở đây?"

"Kiếm ở đây dễ thấy hơn," gã say vừa đáp vừa nấc cụt. "Ở đây có đèn sáng, chứ bên kia tui có thấy gì đâu!"

Suốt vài chục năm trời, tôi cũng không hiểu tại sao mình lại nhớ rõ câu chuyện cười xưa rích này đến thế. Nhưng giờ thì tôi đã biết vì sao.

Hồi tôi học lớp Ba, có một vị khách được mời thăm lớp chúng tôi. Hôm đó, ông ta đến giới thiệu về giá trị của việc mở tài khoản tiết kiệm ở trường.

“Hãy tiết kiệm! Tiết kiệm mỗi tuần dù chỉ là vài đồng xu,” ông ta nói với các học sinh. “Nhưng tích tiểu thành đại, rồi chúng sẽ trở thành một khoản tiền kếch xù - như một phép màu!”

Nghe đến đó, cậu bé ngồi cạnh tôi bỗng khóc như mưa. “Chú ơi, làm sao mà con tiết kiệm được?” Cậu ta nói mà nước mắt rơi lã chã. “Con có đồng xu nào đâu mà tiết kiệm!”

Trước phản ứng của cậu bé, vị khách kia lấy tay mân mê cằm của mình, xoay ngón tay quanh một chùm râu dê màu nâu đen. Ông ta quay sang cô giáo chủ nhiệm.

“Thưa cô Faulkner,” ông ta nói, “cậu bé này làm tôi nhớ đến một câu chuyện tiếu lâm.”

Ông ta bắt đầu kể cho chúng tôi nghe câu chuyện về một người cha muốn thử lòng trung thực của cậu con trai mười tuổi. “Con à,” người cha bảo cậu bé, “con cầm cái bình màu nâu đi ra ngoài tiệm mua rượu giúp bố nhé!”

Cậu bé cầm lấy cái bình màu nâu và xin bố tiền mua rượu.

“Ô hô!” Ông bố la rầy con mình. “Chỉ cần có tiền là mua được rượu thôi. Nhưng con này, người khôn ngoan là người mua được rượu mà không phải tốn xu nào!”

Cậu bé đứng suy nghĩ một lát, rồi lẳng lặng cầm cái bình rời khỏi nhà. Mười phút sau, cậu quay lại.

“Bố ơi,” cậu bé nói, “bố cầm ly rượu lên đi!”

Khó hiểu, ông bố cầm ly rượu lên như cậu con trai yêu cầu.

Cậu bé tháo nút ra khỏi cái bình màu nâu và đổ xuống ly rượu của người cha. Không có một giọt rượu nào trong đó cả. “Uống rượu đi bố,” cậu bé cười.

“Con bảo ta uống? Sao ta uống được?” Người cha bối rối. “Chẳng có gì trong ly cả!”

“Ô hô!” Cậu con trai phá lên cười. “Có sẵn rượu thì ai chả uống được. Người khôn ngoan là người có thể uống dù không có gì trong ly cả!”

Tôi có thể nhớ được những câu chuyện vui này là bởi bằng cách nào đó, chúng đã xâm nhập sâu trong tâm trí tôi. Tôi có thể

mường tượng và cảm nhận được những sự kiện xảy ra trong các câu chuyện đó, bởi lẽ chúng có chứa những yếu tố Thôi Miên Cảm Xúc đã ngự trị vững chắc trong tâm trí tôi suốt mấy chục năm qua.

Những yếu tố đó là gì? Chủ yếu là Trải Nghiệm Mới và khả năng tác động thị giác vào Tử Huyệt Bản Thân của tôi.

Một gã say rượu đội mũ cao, mặc áo khoác không cài nút với khăn choàng cổ len màu trắng, một cái cột đèn sáng trưng, gã ta cứ khật khưỡng đi qua đi lại, một anh cảnh sát mân mê dùi cui trên tay, vị khách lấy tay mân mê cằm của mình, xoay ngón tay xung quanh một chùm râu dê màu nâu đen, ý tưởng "tích tiểu thành đại" thành một khoản tiền khổng lồ như một phép màu, cậu bé khóc như mưa, nước mắt rơi lã chã.

Làm sao mà tôi vẫn còn nhớ được tên cô Faulkner, cô giáo chủ nhiệm hồi tôi còn nhỏ xíu? Vì một bạn trong lớp từng nói tôi nghe rằng: "Cô ấy là cô giáo dễ thương nhất trường - nhưng mũi cô trông như cái nĩa!"[35]

[35] Có hai lý do vì sao tác giả còn nhớ được tên cô giáo: Thứ nhất là do chiếc mũi hình cái nĩa đặc trưng trên khuôn mặt cô; thứ hai là bởi trong tiếng Anh, cái nĩa được gọi là "fork", phát âm gần giống với phần "faulk" trong tên "Faulkner" của cô giáo.

Tôi còn nhớ vị khách đến thăm lớp mình cũng vì ông ta vừa kể một câu chuyện cười lại vừa diễn tả bằng hành động "cầm" cái bình rượu tưởng tượng, đổ rượu vào ly, ông ta đóng cả vai cha và vai con trong câu chuyện bằng cách nghiêng đầu về bên trái hoặc bên phải cho mỗi nhân vật.

Những câu chuyện đó hiện ra thật rõ ràng, có hình ảnh, và đánh động cảm xúc của tôi!

Ký ức bằng hình ảnh là một trong số những kích thích cảm xúc trong giao tiếp có khả năng tác động lên chúng ta nhiều hơn chúng ta tưởng. Đó là những sự kiện vui tươi hoặc buồn bã, những khuôn mặt có nét riêng, những ngôn từ hoặc hành động trực quan, hoặc những khung cảnh có khả năng tạo ra những mẫu thức liên hệ thật sâu vào trong tâm trí của chúng ta.

Chúng khuấy động những cảm xúc của chúng ta khi chúng ta đang tỉnh, kích thích đến nỗi chúng ta phải tập trung theo dõi hoặc lắng nghe và không thể nào buồn ngủ được.

Những phản ứng xúc cảm này vừa có thể tốt cho chúng ta, vừa có thể chống lại chúng ta tùy từng hoàn cảnh. Chúng ta không thể cưỡng lại chúng, đó là điều chắc chắn. Tuy nhiên, với Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, bạn có thể bắt đầu nhận diện và kiểm soát chúng dễ dàng hơn!

Ngày hôm đó, tôi làm diễn giả trong một buổi nói chuyện ở Câu lạc bộ các Giám đốc Bán hàng. Khi trình bày được mười phút, tôi để ý thấy ánh mắt của khán giả không hề nhìn mình.

Tôi dừng lại và hỏi: "Có chuyện gì không ổn sao?"

Dưới hàng ghế khán giả, tôi nhìn thấy những cái đầu gật gù, những cái miệng đang cười khúc khích và vài cánh tay chỉ trỏ vào "thứ không ổn".

Chiếc áo vét của tôi bị tuột, để lộ ra phần đuôi trái của áo sơ mi bên trong đã lọt ra ngoài quần từ lúc nào.

"Hiệu ứng thị giác" ngoài dự kiến này đã khiến cho các khán giả của tôi mất tập trung. Khi đó, điều hay nhất tôi cần làm chính là hòa mình vào tình trạng mất tập trung đó, không nên đính chính hay cố gắng sửa sai.

Tôi thò tay lấy bóp tiền của mình và rút ra một tờ 20 đô la. "Mọi người nhìn thấy tờ 20 đô la khó cưỡng này rồi chứ? Tôi sẽ tặng nó cho vị khán giả đầu tiên lặp lại được một câu mà tôi đã nói trước lúc quý vị nhìn thấy cái đuôi áo cắc cớ của tôi!"

Không ngạc nhiên khi toàn bộ khán giả đều tham gia trò chơi và cố gắng hết sức để trả lời nhằm thắng được 20 đô la.

Quả thật, câu hỏi của tôi được thốt ra chưa đầy ba mươi giây trước khi đưa ra câu đố, ấy vậy mà không một ai nhớ được tôi đã nói gì.

Bạn thấy đấy, cái đuôi áo sơ mi vô tri vô giác của tôi "nói chuyện" còn ấn tượng, thuyết phục và Thôi Miên Cảm Xúc khán giả hơn cả một diễn giả chuyên nghiệp là tôi!

Bằng chứng là khán giả "nghe thấy" cái đuôi áo của tôi mà chẳng nhớ được tí gì những lời tôi nói vì nó "công phá" tâm trí của họ mạnh hơn.

Khi đó, cái đuôi áo đã đánh động vào Tử Huyệt Bản Thân của khán giả và cho họ một Trải Nghiệm Mới nho nhỏ!

Con người thích nhìn hơn là nghe. Bạn sẽ dễ nhớ những gì mình được thấy hơn là những gì mình được nghe!

Tử Huyệt Bản Thân khiến chúng ta thích hưởng thụ và ưu tiên làm những gì dễ dàng, thoải mái và ít tốn công sức hơn!

Những khán giả đang chăm chú nghe tôi nói bỗng chốc quyết định mở toang tâm trí của họ để đón nhận thứ mà họ nhìn thấy, tức phần đuôi áo bị tuột ra ngoài quần của tôi. Và vì câu nói trước đó của tôi không có tính chất Thôi Miên Cảm Xúc thực sự mạnh, nên khán giả đã phân tâm!

Họ tin rằng họ nghe tôi nói câu đó - nhưng câu nói đã không có một yếu tố nào khiến cho khán giả tiếp thu và giữ lại trong đầu!

Thích nhìn hơn là nghe, ưu tiên Bản Thân hơn người khác là những sự biểu đạt cảm xúc rất bình thường ở mỗi người, đặc biệt là người trẻ.

Cô R., một học viên cũ của tôi, trở thành cô giáo. Cô và một số đồng nghiệp được yêu cầu chuẩn bị bài giảng cho một tiết học được giám thị dự giờ. Chủ đề là các quốc gia Nam Mỹ, và cô R. được phân công giảng về đất nước Brazil.

Cô yêu cầu các học trò tập trung thành vòng tròn trong khi cô đặt một tờ giấy trắng cỡ lớn trên bàn của mình. Với một nụ cười thân thiện, cô cầm trên tay một lon cà phê nửa ký thuộc một nhãn hiệu rất nổi tiếng và giơ lên cao. “Tất cả các con đều biết những hạt màu đen trong lon là gì rồi, đúng không?”

Các học sinh đồng thanh trả lời: “Dạ biết!”

Trong khi các cô cậu học trò đang chăm chú theo dõi, cô R. mở lon cà phê và đổ hết số cà phê trong đó lên tờ giấy trắng. “Brazil là nơi mà các con có thể hái được nhiều cà phê nhất trong số các quốc gia Nam Mỹ, các con biết chứ?” Cô rải những hạt cà phê lên hình bản đồ đất nước Brazil trên giấy.

“Đây chính là cà phê. Các con nghĩ số cà phê nặng bao nhiêu ký?” Các con nói đúng rồi, chúng nặng nửa ký. Các con có đoán ra được số cà phê này sẽ giúp ích gì cho chúng ta trong lúc này hay không? Nó sẽ giúp chúng ta hiểu về địa lý, lịch sử và các đặc sản nổi tiếng của đất nước Brazil xinh đẹp. Các con đã sẵn sàng để xem và nghe cô giảng rồi chứ? Rất tốt, chúng ta bắt đầu nào!”

Trong suốt bài giảng, cô R. không ngừng sử dụng các ngón tay,

ngữ điệu, ngôn từ và hành động thích hợp để miêu tả đường biên giới Brazil, vị trí của các thành phố lớn cũng như những kiến thức quan trọng khác về quốc gia này. Cách giảng bài trực quan của cô tác động vào Tử Huyệt Bản Thân của học trò và cung cấp cho các em một Trải Nghiệm Mới thú vị không thường gặp trong môi trường học đường còn nặng tính hàn lâm. Kết quả cho thấy, các học sinh đã có một tiết học rất lý thú và hào hứng.

Chờ cho đến khi toàn bộ học sinh đã ra khỏi lớp, người dự giờ mới góp ý và phản đối cách dạy của cô. Bà nhận xét rằng cô R. đã dạy đủ những kiến thức được yêu cầu, nhưng cách giảng bài của cô khiến cho tiết học "... giống chơi hơn là học!"

Ngoài tiết dạy của cô R., học sinh lớp đó tiếp tục tham gia những tiết dự giờ tương tự được giảng dạy bởi các giáo viên khác. Toàn bộ các em được kiểm tra kiến thức sau buổi dự giờ.

Kết quả cho thấy, học sinh nhớ được những kiến thức về đất nước Brazil tốt hơn hẳn so với những nước khác do các giáo viên khác dạy bằng phương pháp truyền thống theo yêu cầu của đoàn giám thị.

Cô R. đã tạo một mối dây liên kết giữa người học và kiến thức bằng kỹ thuật giao tiếp Thôi Miên Cảm Xúc, tức hiện thực hóa bài học thành các hoạt động phát biểu và làm việc nhóm giữa các học sinh. Bằng cách đó, cô đã làm cho học trò của mình thích thú và muốn nghe giảng nhiều hơn!

Quả thật, các em đã rất chú ý lắng nghe, và nhớ được kiến thức sau tiết học!

Môi trường học đường ngày nay vẫn còn quá nhiều những thầy cô thiếu kỹ năng sư phạm đúng nghĩa. Lý do là vì họ "học hỏi" những phương pháp giảng dạy kém hiệu quả từ những bậc tiền bối - cũng là những giáo viên, giảng viên không biết cách truyền đạt kiến thức hiệu quả cho học trò!

Kết quả, nhiều phần của nền giáo dục ngày nay chẳng khác gì một sự lãng phí khổng lồ!

Giảng dạy kiến thức là một chuyện; nhưng làm sao để cuốn hút người nghe, mở toang tâm trí của họ cho kiến thức có thể bước vào và ở yên trong đó dài lâu là một chuyện hoàn toàn khác!

Bạn có thể bắt gặp thực trạng này ở nhiều lĩnh vực, ngành nghề khác chứ không riêng gì giáo dục!

Khi một cô giáo hay thầy giáo đứng trên bục giảng, bao nhiêu học sinh ở dưới đang thực sự lắng nghe? Tại sao số học sinh thực sự chú ý và chăm học vẫn luôn là thiểu số?

Suốt mười bảy năm hành nghề, tôi đã phỏng vấn hơn 15.000 học viên, khán giả và khách hàng với câu hỏi này:

"Anh/chị còn nhớ được tên bao nhiêu thầy cô đã từng dạy mình?"

Tất cả các câu trả lời đều là: "Rất ít!"

Hỏi thật nhé, bạn nhớ những thầy cô nào nhất? Những thầy cô mà bạn thích, hay những người ưu ái bạn?

Có đúng là bạn học hỏi được nhiều hơn với những thầy cô mà mình thích? Hay đó có phải là các thầy cô dạy những môn học mà bạn thích hơn? Điểm số của bạn trong những môn của các thầy cô đó có cao hơn các môn khác hay không?

Theo khảo sát của tôi, câu trả lời cho tất cả các câu hỏi trên là "Có!".

Giáo dục có giá trị khi và chỉ khi nó giúp cho cả người dạy lẫn người học giao tiếp và trao đổi kiến thức một cách hiệu quả!

Giáo dục được xem là thành công khi cả thầy và trò có thể tự tin giao tiếp liên quan đến kiến thức của mình một cách Thôi Miên Cảm Xúc!

Kể cả khi việc truyền đạt kiến thức bằng lời nói, ngôn từ hoặc con chữ không hiệu quả đi chăng nữa, vẫn còn vô số phương pháp giảng dạy khác hay hơn, cung cấp cho người học những Trải Nghiệm Mới và tác động Trực Quan vào Tử Huyệt Bản Thân của họ, giúp họ thích thú và nhớ lâu hơn.

B. là một ông bố đã có hai con. Ông kể cho chúng tôi nghe một câu chuyện thú vị về bài học mà tôi đang chia sẻ với các bạn.

Một người bà con của gia đình ông B. sống ở một bang khác bất ngờ qua đời. Cả hai vợ chồng ông B. đều muốn tham dự đám tang nên họ nhờ bà ngoại giữ cháu hộ trong thời gian họ vắng nhà.

Cậu con trai lớn chín tuổi không có vấn đề gì, nhưng cô con gái nhỏ năm tuổi thì la khóc ầm ĩ, không chịu để cho bố mẹ đi và không chấp nhận bất kỳ một lời giải thích nào.

Vợ ông B. lo lắng vì xót con, thế là ông B. đề nghị như sau: "Em nghĩ sao nếu chúng ta lấy một cuốn vở và vẽ lên đó hình ảnh những hoạt động của chúng ta, chúng ta đi đâu, làm gì và nghĩ gì khi vắng nhà? Trong lúc chúng ta vắng nhà, bà ngoại có thể chỉ cho con bé xem những hình ảnh này nếu nó nhớ bố mẹ!"

Cả ông B. và vợ đều không có năng khiếu hội họa. Nhưng sau một hồi vật vã với đống bút màu, họ cũng vẽ ra được nhiều bức tranh làm từ những hình ảnh cắt dán trong quyển vở nhằm miêu tả những gì họ sẽ làm khi vắng nhà trong khi cô con gái vừa xem vừa hỏi han một cách thích thú.

Thế là trong thời gian hai vợ chồng đi vắng, mấy bà cháu đã xem đi xem lại cuốn vở đó hàng tá lần. Những hình ảnh sinh động trong quyển vở đã giúp cô bé hiểu, vơi đi nỗi nhớ bố mẹ và bớt la khóc hơn hẳn so với mọi lời giải thích bằng ngôn từ.

Ông B. bảo tôi rằng cuốn vở Thôi Miên Cảm Xúc cùng với những hình ảnh cắt dán dễ thương đó hiện giờ là một kỷ vật mà mọi người trong gia đình ông gìn giữ!

Việc minh họa thông tin và lời nói bằng những hình ảnh trực quan sinh động là một yếu tố giúp cho giao tiếp được thành công. Vì sao ư? Vì mọi con người trên Quả Đất này đều có trong mình Tử Huyệt Bản Thân, nhu cầu và khao khát được nhìn nhiều hơn là nghe.

"Trăm nghe không bằng một thấy," câu tục ngữ này đúng với tất cả mọi người bất kể nam phụ lão ấu.

Một vị giáo sĩ Cơ đốc có tiếng cả nước từng vận dụng những hình ảnh liên hệ trực quan để giúp cho các con chiên ấn tượng và ghi nhớ những bài thuyết giảng của mình tốt hơn.

Lần đó, ông mở đầu buổi giảng đạo bằng hành động trưng ra cho các con chiên xem một chiếc hộp nhỏ. "Chiếc hộp này không thể chứa đựng điều quý giá nhất trong cuộc sống, bất kể chúng ta dùng dây buộc hay đóng hộp chặt cỡ nào!"

Mọi người ngay lập tức chú ý và háo hức theo dõi tiếp những gì ông nói.

Ông với tay cầm một cái hũ đang đậy kín. "Liệu cái hũ này, hay bất kỳ một vật chứa nào khác với cái nắp đậy chặt nhất có thể - có chứa đựng được điều quý giá đó không?" Nói xong, ông lắc đầu.

Sau đó, ông thò tay vào trong túi áo và chìa cho mọi người xem chiếc túi rỗng không, rồi ông chuyển tay về phía bục giảng và nói tiếp: "Không một chiếc túi, không một bàn tay, không một cái kho nào có thể giữ được điều quý giá ấy, mặc dù chúng ta hoàn toàn có thể giữ được nó. Thứ bí ẩn đó là gì?"

Ông yên lặng một hồi lâu, rồi tiếp tục: "Đó chính là sự thanh thản trong tâm hồn mà Chúa đã ban cho tất cả chúng ta!"

Với kỹ năng thể hiện điêu luyện, vị giáo sĩ đã minh họa trực quan bài học mình muốn nhắn nhủ đến các con chiên, sử dụng những câu hỏi dẫn dắt khéo léo và thông minh, tạo ra Trải Nghiệm Mới, Lời hứa hẹn Tương Lai và cả khả năng đánh động Tử Huyệt Danh Tiếng của mỗi người. Để đưa ra kết luận, ông cho mọi người xem lại những đồ vật nhìn thấy được - chiếc hộp, cái hũ và cái túi để đại diện cho vật chất hữu hình, những thứ "không quan trọng bằng sự thanh thản trong tâm hồn mà mỗi người chỉ có thể cảm nhận chứ không thể chạm vào!"

Suốt buổi thuyết giảng, những phản ứng quan tâm và biểu cảm của mọi người cho ông biết rằng họ đã thực sự lắng nghe ông từ đầu đến cuối. Kết thúc bài giảng, khi họ nói với ông rằng: "Bài thuyết giảng hay quá, thưa Cha!", ông biết rằng ông đã xâm nhập được vào tâm trí và chạm được vào trái tim họ.

Những ai vốn đã biết cha xứ R. sẽ không quá ngạc nhiên về những điều tôi vừa kể. Ông rất xem trọng việc chuẩn bị những phần trình diễn trực quan nhằm đánh động Tử Huyệt Bản Thân của khán giả và nhiều yếu tố Thôi Miên Cảm Xúc khác trong việc chọn lựa và lên kế hoạch cho những bài thuyết pháp của mình!

Mọi giao tiếp giữa con người với con người đều chịu ảnh hưởng từ tính cách của cả người nói lẫn người nghe. Mỗi người đều có những cảm nhận cá nhân khác nhau về cuộc giao tiếp, và những cảm nhận này chỉ thống nhất với nhau khi người nói giao cảm được với người nghe và làm cho người nghe phải quan tâm chú ý.

Tính chất Thôi Miên Cảm Xúc trong ngôn từ, hành động và biểu hiện bên ngoài của chúng ta phải bao hàm được nhiều yếu tố thu hút liên kết hòa hợp với nhau nhằm một mục đích duy nhất là khiến cho người nghe hoặc khán giả cảm thấy mình được quan tâm và xem trọng. Tất cả những thành phần này - mà trong đó quan trọng nhất là những sự minh họa trực quan - phải được định hướng chính xác và kiểm soát một cách thận trọng.

Bằng cách xác định được những yếu tố thu hút người nghe thật thuyết phục và chính xác này, chúng ta sẽ dễ dàng áp dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc theo cách mà mình muốn chứ không phải ăn may. Ngược lại, nếu chúng ta hoàn toàn mù mờ về những yếu tố Thôi Miên Cảm Xúc, sự cố gắng của chúng ta sẽ bị đối phương nhìn nhận là giả tạo, và có thể dẫn đến sự mất cảm tình hoặc ấn tượng tiêu cực!

Một nhân viên bán hàng nọ cuối cùng cũng thuyết phục được một khách hàng quan trọng đồng ý cho mình một cái hẹn sau ba tháng theo đuổi vị khách đầy tiềm năng này. Anh lên kế hoạch rất cẩn thận cho buổi gặp gỡ, lường trước mọi câu hỏi mà khách hàng có thể thắc mắc về sản phẩm hoặc công ty của mình.

Đến ngày hẹn, anh mặc một bộ com lê màu xanh dương gọn gàng với một chiếc cà vạt xanh dương tông xuyệt tông. Trên chiếc cà vạt có một hình dấu chấm than màu đỏ rất to được vẽ và in thủ công.

Khi cuộc nói chuyện kết thúc, anh bán hàng bối rối. Vị khách hàng nọ đã nói chuyện rất lịch sự và quan tâm đến sản phẩm, nhưng không đề cập gì đến chuyện đặt mua sản phẩm hay sẽ liên hệ với công ty.

Sau khi người bán hàng rời đi, ông khách hàng lại nhớ đến chiếc cà vạt in hình dấu chấm than đỏ rực to đùng chứ không phải người bán hàng. Ông ta chưa bao giờ nhìn thấy một cái cà vạt nào "quái lạ" đến thế. Chiếc cà vạt để lại trong ông ấn tượng mạnh mẽ đến độ vài ngày sau đó, ông bỏ rất nhiều thời gian đi đến các cửa hiệu thời trang nam chỉ để lùng mua một chiếc tương tự.

Đối với riêng nam giới, cà vạt có thể có tiếng nói còn to hơn cả chủ nhân của chúng. Lời khuyên dành cho cả nam lẫn nữ: Những chiếc cà vạt xộc xệch trong công sở, những khuôn mặt trang điểm quá đà hay những bộ đồ tắm hớ hênh ngoài bãi biển hoàn toàn có thể thay mặt chủ nhân gây nên những phản ứng không ngờ - cả tốt lẫn xấu - đối với người ngoài.

Giống cái đuôi áo bị tuột ra ngoài quần của tôi trong một ví dụ trước.

Những hiệu ứng minh họa trực quan có thể hấp dẫn người nghe, nhưng cũng có thể khiến họ phân tâm và mất tập trung tùy vào cách sử dụng của người nói! Trong phần lớn các trường hợp, minh họa trực quan có khả năng tác động vào cảm xúc con người mạnh

mẽ hơn so với lời nói hoặc ngôn từ. Nhưng nếu bạn không kiểm soát những hiệu ứng đó, chúng có thể khiến bạn thiệt hại hơn là mang lại lợi ích.

Tất cả những hành động, cử chỉ bạn làm với khuôn mặt, cơ thể và tay chân của mình đều sẽ khiến người khác có ấn tượng tốt hoặc không tốt về bạn. Cử chỉ của bạn có thể là biểu hiện của sự lo lắng, trông đợi, bực dọc, thái độ giễu cợt, khát khao hoặc lạc quan. Những cử chỉ vô tình hoặc hữu ý của bạn cũng có thể thể hiện cả những trạng thái bình tĩnh, hài lòng, mãn nguyện, nhiệt huyết hoặc nuối tiếc.

Ngay cả một hành động đơn giản như bắt tay cũng cần phải phù hợp với những yếu tố trực quan và lời nói của bạn. Ý nghĩa của cái bắt tay phải ăn khớp với sự Thôi Miên Cảm Xúc mà bạn đang thể hiện.

Những lời nói niềm nở, ấm áp sẽ trở nên giả tạo nếu chúng đi kèm với một cái bắt tay lạnh nhạt hoặc chiếu lệ!

Những cử chỉ và hành động của bạn chính là sự phản ánh cảm nhận và diễn tiến cảm xúc bên trong bạn.

Chính vì cử chỉ là những biểu hiện bên ngoài mà bạn không thể che giấu được, bạn không nên để chúng diễn biến một cách tùy tiện! Bạn cần phải luôn điều khiển và kiểm soát chúng. Mọi người xung quanh nhớ đến bạn, thích bạn hoặc tôn trọng bạn hay không đều phụ thuộc vào những sự thể hiện bên ngoài của bạn.

Luật sư E., một học viên của tôi trong khóa học Thôi Miên Cảm Xúc, đã chia sẻ bí quyết của ông trong việc quan sát các cử chỉ của nhân chứng để phán đoán suy nghĩ và mức độ trung thực của họ, từ đó đề ra được những chiến thuật phù hợp trên phòng xử án.

Khi một nhân chứng quay đầu về phía các băng ghế của người tham dự hoặc liếm môi trước khi trả lời một câu hỏi, cử chỉ đó thường có nghĩa là thực tâm họ không muốn trả lời câu hỏi đó. Một luật sư có kinh nghiệm sẽ nắm bắt ngay chi tiết đó để xử lý chủ đề mà người làm chứng không muốn nói sao cho có lợi nhất cho thân chủ của mình.

Luật sư E. chia sẻ rằng rất nhiều lần trong sự nghiệp hành nghề của ông, chính những cử chỉ vô tình đó của nhân chứng hoặc thân chủ đã giúp ông cãi thắng hoặc cứu được nhiều bàn thua trông thấy!

Khi giao tiếp với người khác, hãy đảm bảo rằng mọi cử chỉ và hiệu ứng trực quan của bạn được kiểm soát tốt để phục vụ cho ý đồ của bạn.

Hãy đảm bảo rằng những lời nói, hành động và cử chỉ của mình ăn khớp với nhau. Hãy luyện tập sao cho chúng trở thành những bản năng tự nhiên mà bạn có thể thực hiện một cách trôi chảy và thuyết phục được bất kỳ ai giao tiếp với bạn.

Những cử chỉ, điệu bộ và hiệu ứng minh họa trực quan đặc biệt phát huy hiệu quả khi bạn:

1. Kể chuyện, một câu chuyện bất kỳ hay truyện cười;

2. Diễn thuyết trước đám đông.

Bạn mong muốn mọi người sẽ nhớ đến, tôn trọng và yêu thích mình sau cuộc trò chuyện của mình?

Thế thì hãy lựa chọn một câu chuyện mà bạn biết chắc là khán giả muốn nghe, chứ không phải là chuyện mà chỉ riêng mình bạn thích!

Làm sao biết được khán giả muốn nghe gì?

Đầu tiên, hãy áp dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc để liên kết khán giả với chủ đề nói chuyện của bạn.

Khám phá những nhân tố gây chú ý trong Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc - những điều mà khán giả muốn nghe hoặc sợ nghe. Những nhân tố đó cũng đồng thời là những động lực bất biến thúc giục con người hành động trong mọi thời điểm. Và một trong số những nhân tố đó sẽ tiết lộ về Tử Huyệt Cảm Xúc CHỦ ĐẠO của đối tượng khán giả mà bạn có thể vận dụng và khai thác trong câu chuyện mình sắp kể!

Sau đó, hãy chắc chắn rằng câu chuyện hoặc bài thuyết trình của bạn có chứa ít nhất một trong những yếu tố sau:

1. Từ ngữ miêu tả trực quan

“Cô ấy đang viết bằng một cây bút chì có hình dáng như một chiếc xúc xích Đức với đầu nhọn màu đen!”

“Bạn đã bao giờ nhìn thấy một em bé sơ sinh phá lên cười với cái miệng mở to hết cỡ và cái chân đá lia lịa trên không?”

2. Những ngôn từ và hành động ăn khớp với những điệu bộ và cử chỉ tự nhiên

“Với hai chiếc bàn chải trên hai tay, anh ta cọ da đầu mình - giống như thế này đây!”

“Giờ tôi sẽ xé tờ tiền này thành bốn mảnh. Một... hai... ba... bốn!”

3. Những từ ngữ, cách ví von hoặc diễn đạt độc đáo, lạ thường

Việc này nhằm mục đích tạo Trải Nghiệm Mới cho người nghe hoặc khán giả:

“Những đồng xu của các em sẽ tích lũy thành cả một khối tài sản kếch xù như một phép màu!”

“Làm thế nào để mua đồ mà không phải trả tiền... uống rượu mà không cần có rượu trong ly?”

“Làm sao mà người đàn ông to con nhất Texas chỉ cao chưa đầy một mét?”

Với ba yếu tố trên, bạn sẽ dễ dàng chọn lựa được một câu chuyện phù hợp và kể nó theo cái cách thật Thôi Miên Cảm Xúc, khiến cho người nghe bị thúc giục và phải chú ý lắng nghe bạn.

Hãy thực hành ngay bây giờ!

Và xem người nghe của bạn sẽ phản ứng như thế nào trước câu chuyện bạn kể!

Khi câu chuyện của bạn cũng như những ngôn từ và hành động đi kèm của bạn chứa nhiều yếu tố Thôi Miên Cảm Xúc, khán giả hay người nghe sẽ dễ dàng nhớ, nể trọng và yêu thích bạn trong mọi tình huống giao tiếp!

Xâm nhập tâm trí của bất kỳ ai

Tất cả mọi người xung quanh bạn đều bận rộn.

Tâm trí họ chật kín những hy vọng, hoài bão, nỗi lo sợ, mong ước, và cả những sự buồn đau, thận trọng, khó chịu, bi quan về tương lai. Đối với họ, những gì bạn nói không quan trọng, vì trong đầu họ có những thứ quan trọng hơn để mà lo nghĩ.

Khi đó, tâm trí họ đang bận bịu và “kín cổng cao tường”. Do vậy, nếu bạn muốn mọi người có ấn tượng và nhớ đến mình, bạn cần

phải khai mở những cái đầu đang mải mê lo nghĩ và bận rộn đó.

Làm thế nào để hoàn thành được nhiệm vụ khó khăn này?

Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc cung cấp cho bạn Ba Kỹ Thuật đảm bảo giao tiếp thành công như sau:

1. Trò chuyện với đối phương theo cách của họ

Trong giao tiếp, người nghe chính là lý do vì sao bạn nói chuyện.

Là một cá nhân với những nhu cầu cảm xúc chính đáng, người nghe của bạn chỉ muốn lắng nghe trên cơ sở những nhu cầu cảm xúc đó của anh ta. Bạn muốn anh ta thích mình, bạn cần phải tìm cách thỏa mãn những nhu cầu cảm xúc đó bằng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc.

Quy luật này chi phối cả lịch sử loài người.

Vào những năm đầu thập niên 1730, James Oglethorpe[36] muốn Vua George nước Anh ban lệnh thả những tù nhân phạm tội thiếu nợ không trả được và đài thọ cho lực lượng này lên đường sang Tân Thế Giới[37] để tạo lập thuộc địa dưới sự lãnh đạo của ông ta. Oglethorpe lập luận rằng sẽ chẳng ích lợi gì nếu tiếp tục giam cầm những tù nhân này, vì họ có ở trong tù đến mọt gông thì cũng không thể trả được nợ. Ông ta đề xuất nhà vua cho những người đàn ông và những người phụ nữ tội nghiệp đó cơ hội bắt đầu cuộc sống mới ở một vùng đất mới; ông ta nhấn mạnh rằng sự thành lập một thuộc địa mới sẽ mang lại lợi ích to lớn cho Vương quốc Anh.

[36] James Edward Oglethorpe (1696-1785): Nghị sĩ Quốc hội kiêm Tổng tư lệnh của Vương quốc Anh thời đó. Thông qua kế hoạch lập thuộc địa mới ở Mỹ, ông cũng muốn phần nào giải quyết tình trạng nghèo đói ở Anh lúc bấy giờ, đặc biệt là giúp giải phóng những người nghèo khổ bị đi tù vì không trả được nợ.

[37] Tân Thế Giới (The New World) là tên gọi vùng đất châu Mỹ thời khai thiên lập quốc. Theo từ điển Merriam-Webster, Tân Thế Giới là một danh từ chỉ Bán Cầu Tây của Trái Đất, bao gồm lục địa Bắc Mỹ và toàn bộ Nam Mỹ.

Vua George không mấy quan tâm đến đề xuất của Oglethorpe. Nhà vua cho rằng Vương quốc Anh đã đủ hùng mạnh với quá nhiều thuộc địa rồi. Cần gì phải thiết lập thêm thuộc địa nữa?

Vẫn bảo vệ quan điểm của mình, Oglethorpe đáp: "Thưa bệ hạ, nước Anh đúng là đã có nhiều thuộc địa rồi. Tuy nhiên, chưa có thuộc địa nào được mang tên Ngài. Nên hạ thần mong muốn thiết lập một thuộc địa mới mang tên 'Georgia' - trên uy danh của bệ hạ!"

Đó là lần đầu tiên vị vua ương ngạnh bắt đầu quan tâm đến kế hoạch của Oglethorpe. Cuối cùng, nhà vua cũng bị thuyết phục. Tử Huyệt chủ đạo của ông ta chính là Danh Tiếng!

Vua George hoàn tất cuộc vi hành vùng đất mới, thả tù nhân và viết nên lịch sử. Oglethorpe và đoàn tùy tùng của ông chính là những nhà lập hiến của "Georgia" năm 1733.

Có thật là vua George đã thích Oglethorpe, tôn trọng ông và nhớ đến kế hoạch của ông hơn sau câu nói đánh động Tử Huyệt Danh Tiếng? Quá rõ rồi còn gì!

Hãy nói chuyện với đối phương theo cách của họ!

Khi đó, họ sẽ lắng nghe bạn - vì họ muốn thế!

2. Quan sát và xác định những nhân tố khiến đối phương quan tâm, chú ý

Hãy chắc chắn rằng bạn đã nắm rõ định nghĩa và cách nhận diện Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc trên đối tượng giao tiếp! Hãy đọc đi đọc lại những chương sách diễn giải về những Tử Huyệt này thật kỹ cho đến khi thực sự hiểu. Chúng là chìa khóa đầu tiên cho mọi cuộc giao tiếp thành công!

Nếu bạn không thể gắn kết chủ đề nói chuyện của mình với Bộ Tứ, đối phương sẽ không có lý do gì để ngồi nghe bạn nói. Và một khi họ đã không muốn nghe, thì họ sẽ không thể đồng tình với bạn, không thể mua sản phẩm của bạn và không thể đáp lại bạn bằng những phản hồi tích cực mà bạn mong muốn.

Hãy tìm ra nhân tố mạnh nhất khiến đối phương phải chú ý, một nhân tố có thể gắn kết họ với chủ đề bạn nói. Nó luôn ở đó, vấn đề là bạn có tìm ra nó hay không?

Trong phần lớn các trường hợp, nhân tố đó thực chất rõ ràng hơn bạn tưởng.

James Oglethorpe đã diễn giải lợi ích về mặt Tiền Bạc và những khía cạnh quan trọng khác với nhà vua, nhưng ông có nhận được

phản hồi mình mong muốn hay không? Không hề.

Việc Tiền Bạc không thể tác động đến nhà vua là một sự thật quá hiển nhiên, vì ông ta là một vị vua, nên Tiền Bạc luôn là một lợi thế mà ông ta không phải lo lắng. Tương tự, Tình Yêu và Bản Thân cũng không phải là những vấn đề lớn đối với một vị vua được bao người phục vụ, nên chẳng trách sao vua George trở nên mất kiên nhẫn với đề xuất của Oglethorpe.

Cục diện chỉ thay đổi khi James Oglethorpe nói: "Nên hạ thần mong muốn thiết lập một thuộc địa mới mang tên 'Georgia' - trên uy danh của bệ hạ!"

Danh Tiếng chính là nhân tố mạnh nhất khiến nhà vua chú ý, nên vua George đã chuyển sang lắng nghe và làm những gì mà Oglethorpe muốn.

Trong giao tiếp, nếu bạn vẫn chưa xác định được Tử Huyệt Cảm Xúc CHỦ ĐẠO của đối phương, hãy đặt ra những câu hỏi phù hợp để nó dần dần hé lộ. Như chúng ta đã biết, các câu hỏi là những công cụ giao tiếp quyền năng. Một khi được sử dụng thích hợp, những câu hỏi sẽ giúp bạn kiểm soát tình huống, khiến cho đối phương phải trả lời và đồng thời tiết lộ dần ý đồ của họ.

Dựa theo những tài liệu lịch sử hiện có, Oglethorpe cũng có phần may mắn. Ông không tự mình khám phá ra điều mà nhà vua thực sự muốn nghe. Đó hoàn toàn là một ý tưởng thuyết phục vô tình liên quan đến Danh Tiếng - cũng là Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của nhà vua, và câu nói đó quả thực đã khiến vị vua nước Anh hồi đáp!

Trong giao tiếp hằng ngày, bạn không thể chỉ trông đợi những khoảnh khắc may mắn như thế nếu muốn đảm bảo thành công.

Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc gồm Bản Thân, Tiền Bạc, Tình Yêu và Danh Tiếng chính là động cơ cảm xúc của tất cả mọi người xung quanh bạn, và cũng là của bạn.

Chúng chứa đựng nhiều nhân tố gây chú ý MẠNH MẼ mà bạn có thể khai thác để kết nối người nghe với chủ đề nói chuyện của mình.

Trong nhiều trường hợp, những nhân tố này rất rõ ràng, nhưng cũng có những lúc bạn cần phải tìm mới thấy. Hãy quan sát đối phương, khám phá và khai thác những nhân tố này, nếu bạn muốn được đối phương hoặc khán giả nhớ mặt thuộc tên, nể

trọng và yêu quý!

3. Sử dụng ba Phương tiện Thôi Miên Cảm Xúc khiến cho bất kỳ ai cũng phải lắng nghe

Mỗi cá nhân lại có một cấu trúc và mức độ của Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc khác nhau. Theo thời gian, sẽ có MỘT trong Bộ Tứ trở thành Tử Huyệt Cảm Xúc CHỦ ĐẠO của họ. Để khiến cho họ nhớ đến bạn, tôn trọng và yêu quý bạn hơn, bạn cần phải xác định được Tử Huyệt Cảm Xúc CHỦ ĐẠO đó trong mỗi con người mình giao tiếp.

Những sự quan sát và tìm kiếm Tử Huyệt Cảm Xúc của đối tượng giao tiếp có thể mất rất nhiều thời gian để có kết quả chính xác. Liệu chúng ta có thể rút ngắn được quá trình này?

Liệu chúng ta có thể áp dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc hiệu quả trên những đối tượng giao tiếp bất kỳ trong mọi hoàn cảnh mà không cần phải xác định Tử Huyệt CHỦ ĐẠO của họ trước đó? Câu trả lời là Có.

Trên cơ sở Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc, chúng ta có ba phương tiện Thôi Miên Cảm Xúc có thể gây sự chú ý với bất kỳ người nghe nào trong mọi hoàn cảnh!

Ba phương tiện đó là:

A. Những sự minh họa trực quan tác động đến Tử Huyệt Bản Thân của người nghe. Hầu như mọi người đều khao khát những cách thức dễ dàng hơn, đơn giản hơn hoặc thoải mái hơn để giải quyết mọi việc. Đây là một Tử Huyệt Bản Thân cố hữu của loài người, nên bất chấp người nghe của bạn là ai đi chăng nữa, phần lớn họ sẽ thích nhìn hơn là nghe - vì những thứ mắt thấy thì dễ tiếp thu và đỡ mất công tập trung hơn là chỉ dùng tai để nghe. Do vậy, việc bạn minh họa trực quan những lời nói hoặc bài thuyết trình của mình sẽ giúp người nghe hoặc khán giả dễ hiểu và hài lòng hơn. Hãy tập cho mình thói quen minh họa trực quan trong mọi cuộc giao tiếp và thuyết trình. Minh họa trực quan thậm chí là một phương tiện Thôi Miên Cảm Xúc có hiệu quả ở bất kỳ nơi đâu trên Quả Đất!

B. Lời hứa hẹn Tương Lai và Trải Nghiệm Mới. Đây là bộ phương tiện Thôi Miên Cảm Xúc cực mạnh, giúp bạn thiết lập mối giao cảm với người nghe ngay tức thì, khiến cho khán giả bị mê hoặc, cuốn hút vào nhất cử nhất động của bạn trong suốt cuộc giao tiếp hoặc buổi thuyết trình.

Cô A. là một giáo viên dạy tiếng Anh. Cô đang rất buồn lòng vì các học trò của mình tiếp thu ngữ pháp kém. Cô nhận ra phần lớn các em học sinh không thích học ngữ pháp, nên cách tốt nhất để thay đổi tình trạng này chính là áp dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc để khiến các em quan tâm và yêu thích môn học này hơn.

Vận dụng kinh nghiệm và trí tưởng tượng của mình, cô A. sáng tạo ra hai nhân vật bằng cách vẽ lên hai bàn tay. Cô trình diễn hai nhân vật bằng cách di chuyển bàn tay và các ngón tay trong khi khuỷu tay của cô được giấu dưới bàn. Nhờ sự khéo léo của cô, cả hai nhân vật tuy đơn giản nhưng trông rất sinh động. Việc một cô giáo trình diễn "múa rối bằng tay" để minh họa cho bài học thực sự là một trải nghiệm mới lạ và thú vị với các em học sinh. Một trong hai nhân vật là một người đàn ông có ria mép, đội mũ cao và mặc áo tuxedo; nhân vật còn lại là một phụ nữ bận áo đầm trang nhã.

"Xin chào các em, đây là ông bà Tiếng Anh Siêu Đẳng," cô giới thiệu hai nhân vật trước những cặp mắt vừa ngạc nhiên vừa hào hứng của các học trò. "Cô mời họ đến đây để giúp các em học ngữ pháp dễ như ăn cháo!" Lời hứa hẹn Tương Lai của cô giáo. "Các em đã sẵn sàng để theo dõi bài học rồi chứ?"

Nhờ giọng nói truyền cảm của cô A. mà các đoạn đối thoại giữa hai nhân vật trở nên sinh động và hài hước: nhân vật "quý bà" liên tục sửa lỗi "quý ông" mỗi khi "ông ta" nói sai ngữ pháp. Các em học sinh theo dõi một cách thích thú, chú ý đến từng câu từng chữ và nhớ bài tốt hơn hẳn. Không ngạc nhiên khi sau đó, cô A. được các học trò của mình nhớ, nể phục, và yêu quý hơn rất nhiều.

C. Tử Huyệt Danh Tiếng và những câu hỏi. Đừng bao giờ xem thường hiệu quả của việc đặt đúng câu hỏi!

Mặc dù bạn có thể sử dụng các câu hỏi để dẫn dắt và đánh động bất kỳ Tử Huyệt nào trong Bộ Tứ của người nghe, những câu hỏi nhắm vào Tử Huyệt Danh Tiếng hoặc cái tôi của mỗi người vẫn là phương tiện hiệu nghiệm nhất, khiến cho tất cả mọi người đều phải quan tâm chú ý - bất kể họ là ai, thuộc tầng lớp nào hay làm nghề gì.

Như tôi đã đề cập ở những phần trước, ngay cả những câu hỏi Danh Tiếng đơn giản như "Anh nghĩ thế nào?" hoặc "Quan điểm của cô về vấn đề này ra sao?"... cũng có tác dụng khiến cho đối phương có ấn tượng và thiện cảm nhất định về bạn. Những câu

hỏi nhắm vào Tử Huyệt Danh Tiếng giúp bạn khuấy động cảm xúc của đối phương, làm cho họ quan tâm đến điều mình nói, từ đó bạn có thể dễ dàng dẫn dắt họ đến Tử Huyệt chủ đạo cũng như kết quả mà bạn mong muốn một cách suôn sẻ, trơn tru, vượt qua mọi rào cản về sự khác biệt tính cách giữa bạn và họ. Chỉ riêng việc bạn hỏi ý kiến hoặc nhờ họ góp ý thôi cũng đã đủ làm họ cảm thấy thích và tôn trọng ý kiến của bạn hơn.

Hãy xem lại những gì cô giáo A. đã làm để giúp các học trò của mình học ngữ pháp tốt hơn! Sau khi gây chú ý với học sinh bằng hai nhân vật ông bà Tiếng Anh Siêu Đẳng, cô hỏi: "Các em đã sẵn sàng để theo dõi bài học rồi chứ?"

Thực chất, trước khi hỏi câu đó, cô A. đã chắc chắn rằng thế nào học trò cũng nói "Có!". Nhưng cô vẫn hỏi ý học sinh để giúp các em có cảm giác mình được tôn trọng, rằng cảm nhận của các em cũng có trọng lượng chứ không nhất thiết phải tuyệt đối vâng lời người lớn như một cái máy. Đó chính là một câu hỏi đánh động Tử Huyệt Danh Tiếng một cách hiệu quả và tích cực!

Tóm lại, bài học ở đây là: Người khác sẽ nhớ mặt thuộc tên bạn, tôn trọng và yêu quý bạn hơn với điều kiện lời nói hoặc phần trình bày của bạn có những yếu tố gây chú ý, khơi gợi được sự quan tâm và phản ứng xúc cảm trong họ. Với Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, chúng ta có thể dễ dàng kiểm soát và điều khiển được những phản ứng này theo cách có lợi nhất cho mình.

Hãy ghi nhớ và trang bị cho mình bộ ba Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc đỉnh cao này và sử dụng chúng khi cần:

1. Trò chuyện với đối phương theo cách của họ;

2. Quan sát và xác định những nhân tố khiến đối phương quan tâm, chú ý;

3. Sử dụng ba Phương tiện Thôi Miên Cảm Xúc khiến cho bất kỳ ai cũng phải lắng nghe. Đó là:

• Những sự minh họa trực quan tác động đến Tử Huyệt Bản Thân của người nghe;

• Lời hứa hẹn Tương Lai và Trải Nghiệm Mới;

• Tử Huyệt Danh Tiếng và những câu hỏi.

Với những sự trang bị trên, thay vì hy vọng người khác sẽ nhớ

hoặc thích mình một cách hên xui, bạn sẽ dễ dàng làm chủ được những thiện cảm cũng như sự tôn trọng của người khác dành cho mình!

Tổ chức một buổi nói chuyện thành công bằng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc

Một học viên từng kể tôi nghe câu chuyện về một cậu bé mập mạp đi dạo trong công viên, vừa đi vừa nhai một chiếc bánh sandwich Bologna trông rất ngon lành.

Bất chợt, một miếng sandwich bị rời ra và rơi xuống đất. Một chú chim cổ đỏ từ đâu đáp xuống và ăn lấy ăn để.

Ăn xong, lẽ ra chú chim đó nên vui vẻ trong im lặng vì nó vừa được chén một bữa no nê. Đằng này, nó lại kêu chíp chíp rất to và liên tục.

Tiếng kêu ồn ào đánh động một chú mèo gần đó. Không một chút khó khăn, chú mèo nhào đến vồ chết chú chim để xơi.

Bài học rút ra từ câu chuyện này là gì? "Không nên mở miệng khi bụng đang no kềnh!"

Thông điệp về mặt nghĩa bóng chính là: "Hãy tập trung quan tâm đến nhu cầu cảm xúc của đối phương - chứ không phải của bạn!"

Sau đây là Bốn Nguyên Tắc giúp bạn làm nên một buổi nói chuyện hoặc một bài thuyết trình mê hoặc khán giả. Cả bốn nguyên tắc đều yêu cầu bạn phải tập trung vào nhu cầu cảm xúc của khán giả cũng như giúp bạn hạn chế những phát ngôn không nên có.

1. Biết mình nói gì

Khán giả muốn lắng nghe bạn khi và chỉ khi bạn nói được điều họ quan tâm. Cách tốt nhất để xác định khán giả cần gì hoặc muốn gì chính là nghiên cứu đề tài và thu thập thông tin. Trong một số trường hợp nhất định, thông tin cũng chính là nhân tố khiến khán giả chú ý và quan tâm nhất vì đó là những gì họ muốn biết.

Những sự minh họa trực quan cũng là một dạng thông tin. Hãy vận dụng những biểu cảm trên khuôn mặt bạn, những cử chỉ và chuyển động của cơ thể kết hợp với bài nói chuyện nếu chúng có liên quan đến nội dung bạn trình bày hoặc giúp bạn minh họa trực quan cho khán giả! Cho dù bạn có nói chuyện hay đến đâu chăng nữa, nếu những cử chỉ hoặc chuyển động của bạn không ăn

khớp với nội dung trình bày, khán giả có thể cảm thấy khó hiểu hoặc sao nhãng.

Kể cả trang phục của bạn cũng phải phù hợp với bối cảnh và nội dung trình bày. Nếu trang phục của bạn không phù hợp hoặc quá táo bạo so với bối cảnh, bạn vẫn có thể khiến khán giả chú ý - nhưng là theo cách tiêu cực. Khi đó, khán giả sẽ tập trung vào bộ trang phục kỳ quái của bạn và không nhớ những gì bạn trình bày, làm giảm hiệu quả giao tiếp.

Hãy nhận biết cảm xúc của khán giả một cách khách quan chứ đừng chỉ "suy bụng ta ra bụng người" một cách chủ quan!

Hãy khám phá điều mà khán giả muốn - chứ không phải điều bạn muốn! Nói cho họ nghe điều họ muốn nghe - chứ không phải điều bạn muốn nói!

Quan sát rồi hãy nói. Nếu không, sự khinh suất có thể gây ra nhiều chuyện dở khóc dở cười.

Một y tá trưởng đang làm công việc hằng ngày của mình. Cô dừng lại hỏi thăm một nam bệnh nhân vừa mới trải qua một cuộc phẫu thuật vào hôm trước và hiện đang nằm nghỉ trên giường. Thay vì kiểm tra bệnh án của anh trước khi hỏi, cô vỗ vai người đàn ông và nói:

"Anh cứ ngửa cằm lên như thế này," cô dặn. "Trong vài ngày nữa, anh sẽ có cảm giác hoàn toàn bình thường, như thể chưa từng phẫu thuật vậy. Như tôi này, tôi đã từng trải qua một cuộc phẫu thuật tương tự cách đây hai năm, nên tôi biết anh cần gì."

Người bệnh nhân bỗng bối rối, đỏ mặt tía tai.

Anh ta vừa trải qua phẫu thuật cắt bao quy đầu.

Còn nữ y tá, chỉ vì không kiểm tra bệnh án trước đó, nên tưởng nhầm là anh ta vừa cắt amidan!

Bài học rút ra: Đừng đoán mò! Biết khán giả của mình là ai, và biết mình đang nói gì.

Thực chất, gần như mọi cuộc nói chuyện trên đời này đều là "giao tiếp trước công chúng" - kể cả khi "công chúng" chỉ gồm một người!

2. Xác định những Tử Huyệt Cảm Xúc giúp gắn kết khán giả với

chủ đề nói chuyện của bạn

Đây chính là những lý do đích thực để khán giả phải lắng nghe bạn nói. Bạn luôn có thể tìm ra những nhân tố khiến họ quan tâm, chú ý trong phạm vi Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc.

Liệu một Tử Huyệt Bản Thân nào đó có thể giúp bạn thiết lập mối giao cảm với khán giả? Hay đó phải là một Tử Huyệt Tiền Bạc, Tình Yêu, hoặc Danh Tiếng?

Hãy suy nghĩ, ghi chú lại, và liệt kê ra những nhân tố có thể có hiệu quả!

Nếu không thể tìm ra dù chỉ là một Tử Huyệt Cảm Xúc có thể được lấy làm động cơ CHỦ ĐẠO để liên kết chủ đề nói chuyện với khán giả, thế thì bạn còn nói làm gì? Bạn không có lý do gì để yêu cầu họ bỏ thời gian ngồi nghe bạn nói!

Các Tử Huyệt Cảm Xúc chính là những nhân tố gây chú ý bất biến.

Bạn luôn có thể tìm thấy những Tử Huyệt Cảm Xúc đó trong mọi chủ đề, con người, sản phẩm hay sự kiện, và khiến khán giả phải lắng nghe mình. Hãy tìm cho bằng được ít nhất một Tử Huyệt!

Khả năng tìm kiếm và phát hiện ra Tử Huyệt Cảm Xúc - hay nói nôm na là "tim đen" - của người khác có thể trở thành một trong những kỹ năng lợi hại nhất mà bạn có để dễ dàng thành công trong cuộc sống.

Chúng ta sẽ thực hành trong ví dụ sau đây:

Chủ đề nói chuyện: "Vì sao thắng xe ô tô cần phải được kiểm tra hai lần một năm?"

Khán giả: Các bậc cha mẹ.

Đâu là những Tử Huyệt Bản Thân có thể khiến cho những khán giả này bõ công đến nghe bạn nói chuyện? Nguy cơ hỏng thắng xe gây tai nạn, thương tật, tử vong, tù tội, kiện tụng, và sự an toàn của con cái.

Có Tử Huyệt Tình Yêu trong này không? Hầu như không có trong chủ đề này, trừ một ít Trải Nghiệm Mới và Lời hứa hẹn Tương Lai có thể được lồng ghép khéo léo trong bài nói chuyện.

Tiền Bạc? Có. Thắng xe hỏng sẽ dẫn đến thiệt hại tiền của, mất

mát, viện phí, bảo hiểm, hư hỏng tài sản.

Danh Tiếng? Có thể có, nhưng không quan trọng lắm.

Suy ra, các nhân tố sẽ khiến khán giả quan tâm, chú ý đến bài nói chuyện của bạn nằm trong phạm vi Tử Huyệt Bản Thân và Tiền Bạc. Giữa hai cái này, Tử Huyệt Bản Thân chính là nhân tố liên kết CHỦ ĐẠO.

Giờ là lúc chúng ta nghiên cứu tiếp nguyên tắc số ba:

3. Thiết kế nên những ngôn từ hoặc câu văn Thôi Miên từ Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo

Và sử dụng chúng ngay trong câu nói đầu tiên, câu hỏi đầu tiên hoặc động tác đầu tiên - hoặc bất cứ thứ gì đầu tiên bạn thể hiện!

"Các anh chị có biết rằng có ít nhất hai người trong chúng ta có nguy cơ tử vong trong vòng tám tháng tới? Đó là hai người nào? Câu trả lời phụ thuộc vào chính các anh chị, cũng như việc các anh chị có thói quen kiểm tra và bảo hành thắng xe ô tô hai lần một năm hay không..."

Bảo đảm là sau câu trên, khán giả sẽ phải chú ý đến bài nói chuyện của bạn ngay lập tức!

Hãy tạo hiệu ứng Thôi Miên Cảm Xúc trên cơ sở những thông tin mà bạn có chứ đừng chỉ bê nguyên xi thông tin vào bài nói chuyện của mình! Vì nếu bạn nhồi quá nhiều thông tin khô khan, khán giả sẽ rất dễ chán và mất tập trung!

Hãy tập trung nhấn mạnh và minh họa trực quan những thông tin quan trọng nhất!

Hãy buộc khán giả phải ngẩng đầu và tập trung lắng nghe bạn ngay từ những lời đầu tiên bạn thốt ra. Bạn luôn có thể làm được điều này.

Trình bày chủ đề một cách chặt chẽ và ngắn gọn, kết hợp với các phương tiện minh họa, Lời hứa hẹn Tương Lai hoặc Trải Nghiệm Mới thực sự ăn khớp với nội dung trình bày và hành động của bạn!

"Thắng xe ô tô phải được kiểm tra định kỳ hai năm một lần!"

Giả sử đó là thông điệp chính bạn muốn truyền tải đến khán giả, hãy dẫn dắt họ đến điều đó và thường xuyên quay trở lại nhắc nhở

họ về nó. Làm cho thông điệp trở thành ý lớn quan trọng nhất của toàn bài!

Khi phần nói chuyện của bạn kết thúc, sẽ có một số khán giả đã nghe, và một số khác đồng tình - vì bạn đã giữ được sự quan tâm, chú ý của họ trong suốt chừng ấy thời gian. Hơn nữa, nhiều người trong số họ sẽ nhớ đến bạn, nể trọng và yêu quý bạn hơn vì bài nói chuyện hữu ích của bạn.

Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc giúp bạn luôn có thể thiết kế ra những ngôn từ, lời nói và những màn trình diễn cuốn hút người xem. Hãy luyện tập và biến kỹ năng đó thành một thói quen, thậm chí một bản năng, để bạn luôn được mọi người nhớ mặt thuộc tên, yêu quý và tôn trọng ở bất kỳ sự kiện nào bạn tham gia! Kỹ năng này cũng sẽ giúp bạn giao tiếp một cách tự tin, dễ dàng hơn và hữu dụng cho bạn trong việc hành xử với bất kỳ kiểu người nào.

Một học viên của tôi ở Học viện Thôi Miên Cảm Xúc đã thực hiện một bài thuyết trình tuyệt vời với chủ đề "Bưu điện Hoa Kỳ - Người Bạn Tận Tụy của Mọi Nhà."

"Bạn có muốn gặp gỡ người đàn ông vĩ đại đã và đang cống hiến cho chúng ta sau khi ông qua đời nhiều hơn cả lúc ông còn sống?" Cô ấy mở đầu bằng một câu nói khó cưỡng. "Con tem này in hình chân dung của ông. Tên ông ấy ư? Chính là Abraham Lincoln!" Ngay từ những câu đầu tiên, cô ấy đã tạo ra được hiệu ứng Thôi Miên Cảm Xúc mãnh liệt, cuốn hút khán giả một cách ngoài sức tưởng tượng nhờ khai thác đúng những nhân tố gây chú ý chính yếu.

4. Kết bài mạnh mẽ và tóm gọn được toàn bộ những kết luận quan trọng mà bạn muốn truyền tải đến khán giả

Một khi khán giả chăm chú theo dõi bài thuyết trình của bạn từ đầu đến cuối, họ sẽ có ấn tượng cảm xúc đặc biệt với những gì họ được xem hoặc nghe cuối cùng.

Với một bài nói chuyện có chính - phụ, người nghe sẽ có xu hướng nhớ những gì họ nghe cuối cùng hơn là những gì họ nghe đầu tiên.

Dù bài thuyết trình của bạn thế nào chăng nữa, hãy cố gắng làm ra một cái kết thật mạnh và thuyết phục để khán giả có thể nhớ và mang theo về nhà!

Trường trung học nọ có một nữ sinh không-có-vẻ-gì-là-nổi-bật tên Bassoff. Cô đang tham gia ứng cử chức Tổng thư ký Hội Học sinh của trường cùng với ba đối thủ nặng ký khác.

Về mặt cơ cấu, Hội Học sinh có tổng cộng ba bộ phận, và mỗi bộ phận đang có bốn ứng cử viên cho vị trí thủ lĩnh. Mỗi ứng viên có một người đại diện có nhiệm vụ phát ngôn, vận động hành lang và thuyết phục học sinh của trường bầu chọn cho người đó. Tổng cộng, các bạn học sinh sẽ phải ngồi nghe mười hai người diễn thuyết về lý do vì sao họ nên bầu chọn cho từng ứng viên!

Sau vài người đầu tiên, các "cử tri" bắt đầu thấy nhàm chán, mệt mỏi và bối rối vì không biết chọn ai.

Đó là lúc người phát ngôn của Bassoff bước lên bục.

Cô bạn phát ngôn viên này sử dụng ba đồ vật minh họa trước mắt khán giả: một con cá, một cái âm thoa[38] và một bảng tên có viết tên Bassoff trên đó.

[38] Âm thoa: thanh kim loại hình chữ U, khi gõ phát ra một âm đơn có tần số nhất định. Đây là một dụng cụ thường được dùng để lấy âm chuẩn trong nhạc lý.

Sau khi kết thúc phần nói chuyện dài hai phút của mình, người phát ngôn của Bassoff bắt đầu phối hợp ba thứ "đồ nghề" với một lời kêu gọi hết sức mạnh mẽ và ấn tượng như sau:

"Chỉ trong vài phút nữa, các bạn sẽ bước đến thùng phiếu. Khi đó, hãy nhớ B-A-S-S[39] là CÁ!"..., cô ấy giơ cao con cá để minh họa và nói tiếp, "B-A-S-S-O[40] là HÁT VANG!", cô ấy vừa nói câu này vừa gõ âm thoa, "và B-A-S-S-O-F-F là TỔNG THƯ KÝ HỘI HỌC SINH!" Sau cái kết sôi động, bạn phát ngôn viên giơ cao bảng tên ghi chữ Bassoff và kết thúc phần trình bày của mình.

[39] Nhiều người trong chúng ta hiểu từ "bass" trong tiếng Anh nghĩa là nốt trầm hoặc giọng nam trầm trong nhạc lý. Nhưng trong trường hợp này, "bass" có nghĩa là cá vược.

[40] "Basso": giọng trầm, giọng bass trong nhạc lý.

Quả nhiên, Bassoff trúng cử với số phiếu áp đảo!

Bạn đã sẵn sàng để áp dụng Bốn Bí Quyết tổ chức một buổi nói chuyện thành công bằng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc và khiến khán giả phải "mê mình như điếu đổ"? Hãy xem lại phần

tổng kết bốn bí quyết như sau:

1. Biết mình nói gì;

2. Xác định những Tử Huyệt Cảm Xúc giúp gắn kết khán giả với chủ đề nói chuyện của bạn;

3. Thiết kế nên những ngôn từ hoặc câu văn Thôi Miên từ Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo;

4. Kết bài mạnh mẽ và tóm gọn được toàn bộ những kết luận quan trọng mà bạn muốn truyền tải đến khán giả.

Hãy áp dụng bốn bí quyết này trong mọi cuộc giao tiếp của bạn!

Rồi bạn sẽ thấy, việc này sẽ giúp bạn rèn luyện và nâng cao kỹ năng Thôi Miên Cảm Xúc mọi lúc mọi nơi và cuốn hút được bất kỳ ai chỉ bằng khiếu ăn nói!

Chương 12

HẠNH PHÚC TRONG HÔN NHÂN NHỜ PHƯƠNG PHÁP THÔI MIÊN CẢM XÚC

Vào buổi tối nọ, ông Smith và bà Smith đang ngồi với nhau trong phòng khách.

“Mẩu tin này mắc cười quá em ơi,” ông Smith vui vẻ chỉ tay vào tờ báo đang đọc và nói với bà Smith. “Một phụ nữ nhỏ con, cao chưa đầy một thước rưỡi, nhưng lại đánh te tua ông chồng hành nghề đấu vật nặng hơn trăm ký!”

“Hẳn là ông ta làm gì đó sai quấy nên cô vợ mới như thế!” Bà Smith gật đầu, rời mắt khỏi quyển sách đang đọc. “Ông ta đã làm gì mà bị vợ đánh vậy?”

“Ông ta giấu giếm vài đôi tất phụ nữ trong ngăn kéo đựng quần áo. Bà vợ phát hiện, ngay lập tức phán ổng mèo mả gà đồng!”

“Rồi ông ta có bào chữa gì không?”

“Ông ta nói là ông ta mua về để bí mật làm quà tặng cho vợ nhân ngày sinh nhật,” ông Smith vừa kể vừa phì cười. “Trong khi sinh nhật của bà vợ còn một tháng nữa mới đến, nên bà ta không tin.”

“Còn anh, anh có tin lời ông ta không?” Bà Smith quay sang hỏi chồng.

“Tất nhiên! Anh tin chứ. Có lẽ ông ta cũng giống anh, sợ quên ngày sinh nhật của vợ.” Ông Smith cười lớn. “Có lẽ vợ ông ta thì không được như em!”

“Ý anh là sao?”

“Cưng à, em có bao giờ cho phép anh được quên thứ gì đâu! Em nhắc nhở anh về ngày sinh nhật của em trước đó đến sáu tuần và liên tục nhắc đi nhắc lại cho đến ngày tổ chức sinh nhật!”

“Anh dám nói thế à!” Bà Smith nhảy dựng lên.

“Cái gì mà dám với chả dám? Đó là sự thật mà em yêu!”

“Đừng gọi tôi là ‘cưng’ nữa!” Bà vợ vặn lại một cách bực tức. “Tôi phải chi tiêu tằn tiện suốt nửa năm trời để có tiền mua quà sinh nhật cho anh. Còn tôi, tôi mà không nhắc anh thì đời nào anh tặng quà cho tôi!”

“Nhưng...”

“Đừng có chối! Trước khi cưới, anh có thể tìm ra vô số lý do để tặng quà cho tôi!”

“Ừ, nhưng giờ chúng ta đâu còn như thời độc thân nữa!” Ông Smith cãi lại.

“Tôi... tôi ước gì mình được như xưa. Giờ tôi sống với anh chẳng khác gì ở tù!”

“Em... ý em là em thất vọng về anh?”

“Quá thất vọng. Hồi đó mẹ tôi đã từng khuyên tôi là anh chẳng được cái tích sự gì hết!”

“Đừng có lôi mẹ cô vào đây,” ông chồng thở dài với một giọng điệu như sắp nổ tung. “Cô thừa biết là mẹ chưa bao giờ ưng tôi.”

“Tại sao mẹ phải ưng? Ai biểu anh dám chê bai mẹ tôi béo và không hợp với đôi bông tai bà ấy đang đeo trước mặt bao nhiêu khách khứa, bạn bè của mẹ!”

“Chê bai à? Sao mà... tôi chỉ...” Ông Smith đứng dậy, quay lưng và mím chặt môi. “Tôi nghĩ là chúng ta đã cho qua chuyện đó rồi chứ, sao cô cứ thích nhai đi nhai lại chuyện cũ hoài vậy? Có gì đâu mà cô cứ càu nhàu như... như một mụ phù thủy vậy!”

“Phù thủy?” Mắt bà Smith long lên sòng sọc, không thua gì lửa đèn hàn acetylene.

“Ừ, bà phù thủy già ạ! Tôi chỉ muốn làm cô cười bằng cách kể một

câu chuyện vui về một người phụ nữ nhỏ con đánh chồng, mà giờ cô làm rách việc, biến mọi thứ thành ra một trận cãi vã thế này đây!"

"Tôi mà rách việc á?"

Hai người họ càng lúc càng to tiếng đến mức cả xóm phải giật mình.

Vợ chồng bác sĩ Clark nhà bên cạnh nhìn nhau thở dài. "Gia đình nhà Smith lại gây lộn nữa rồi," bà Clark nói. "Họ không chừa được cái tính bốc đồng."

"Chịu thôi," bác sĩ Clark đồng ý. "Anh nghĩ chúng ta nên đóng cái cửa sổ đối diện nhà họ cho đỡ ồn. Anh cần sự yên tĩnh để xử lý đống hóa đơn này."

"Thôi mà, đừng đóng cửa," bà Clark năn nỉ chồng. "Bộ anh không tò mò xem họ cãi nhau vì chuyện gì sao?"

"Không!" Ông Clark trả lời dứt khoát. "Anh muốn đóng cửa sổ và anh sẽ làm thế ngay bây giờ. Anh còn nhiều việc phải làm, và anh cũng không muốn ngã bệnh vì gió lạnh!"

"Anh làm ơn để cửa mở vài phút nữa để em hóng thêm một chút xem họ nói gì được không?"

"Không là không! Em tò mò, tọc mạch chỉ để buôn chuyện với mấy bà hàng xóm chứ gì!" Bác sĩ Clark vừa nói vừa đóng cửa sổ. "Anh nghĩ em nên hành xử chín chắn và tập trung lo việc nhà mình sẽ hay hơn!"

Bà Clark bắt đầu nghiêm mặt, chống nạnh. "Anh nói thế là quá đáng rồi đấy! Tôi thích nghe ngóng chuyện thiên hạ vì điều đó làm tôi thấy vui. Suốt thời gian qua anh làm tôi vui được bao nhiêu lần chứ? Tôi chán cái nhà này lắm rồi, mỗi ngày phải làm đi làm lại những công việc nội trợ tẻ nhạt. Ông bà Smith có thể hơi bốc đồng, nhưng ít ra họ còn có thú vui làm cái này cái kia, rồi đi đây đi đó. Ông Smith cũng chẳng keo kiệt như anh!"

"Cô chê tôi keo kiệt à?" Ông Clark tức tối đập chân xuống sàn. "Cô nhìn đống hóa đơn này đi! Cô tiêu xài gấp đôi mấy bà cô khác ở cái xóm này! Cô có ô tô riêng và..."

"Trời ạ, cái đó là bệnh nhân của anh tặng để thay cho tiền mặt chứ có phải anh mua cho tôi đâu. Anh chưa bao giờ thật lòng tặng tôi

một thứ gì, chỉ toàn chiêu trò dỗ ngọt rẻ tiền để tôi câm miệng!"

"Cô nói dối! Không phải như thế - và tôi không muốn nghe cô nói câu đó lần nào nữa!" Ông Clark gằn giọng, cố kìm nén cơn giận đang sôi sùng sục trong người.

Bà Clark xích ra xa ông, tay nắm chặt ghế và tiếp tục lải nhải. "Nói dối ư? Sao tôi phải nói dối hở đức ông chồng vô dụng đáng thương, từ khi lấy nhau đến giờ anh chưa hề làm được gì cho cái nhà này, trừ việc vỗ béo cái túi tiền của riêng anh. Anh...!"

Tất cả những gì diễn ra kế tiếp là một cuộc cãi vã long trời lở đất ở gia đình nhà Clark!

Marge và Max là một cặp đôi mới cưới chuyển đến sống ở gần nhà Clark. Họ nghe thấy cuộc đấu khẩu và lắc đầu.

"Nghe cứ như trời sập đến nơi, cưng nhỉ," anh chàng Max 26 tuổi thở dài với một chất giọng trầm nghe như một quý ông xấp xỉ ngũ tuần. "Thật tệ khi ngay cả những người trí thức như ông bà Clark cũng lại bốc đồng thế này!"

"Ai mà không như thế chứ?" Marge đáp lại, mắt nhìn về phía chồng mình.

Marge nói chí phải. Không phải nhà Smith bốc đồng, cũng chẳng phải ông bà Clark...

... mà tất cả chúng ta đều là những sinh vật có nhiều nguy cơ bốc đồng cảm xúc!

Không cần biết nội dung nói chuyện là gì, hầu hết chúng ta đều có xu hướng nói ra những ngôn từ hoặc thực hiện những hành động nhằm ám chỉ hoặc chĩa mùi dùi vào một người nào đó. Và nếu người này cũng chính là đối tượng giao tiếp của chúng ta, chắc chắn họ sẽ có những phản ứng nhất định với những ngôn từ và hành động đó.

Những phản ứng đó có thể là một nụ cười, sự thích thú, hoặc cũng có thể là một cử chỉ chau mày, sợ hãi hoặc căm ghét... tùy từng hoàn cảnh.

Hôn nhân là một lĩnh vực có vô số "đất dụng võ" cho Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc phát huy tác dụng. Quan hệ vợ chồng là một mối quan hệ thân mật mà trong đó, người này có thể khám phá những cảm nhận sâu kín của người kia bằng cách quan sát tinh tế

và nhận diện những biểu hiện bên ngoài có liên quan.

Tình yêu không mù quáng; nó chỉ bị... cận thị mà thôi.

Ngày nay, hàng nghìn cuộc hôn nhân đổ vỡ vì đủ thứ lý do trên trời dưới đất. Nhưng tựu trung, đó đều là những mối quan hệ bất hạnh, và tình trạng này đặc biệt phổ biến ở thành thị.

Quá nhiều phụ nữ "ăn chắc mặc bền" với những chuyện khác nhưng lại không chọn một ông chồng "ăn chắc mặc bền"; quá nhiều đàn ông cẩn thận trong công việc và sự nghiệp nhưng lại không cẩn thận khi chọn vợ.

Hồi yêu nhau, người ta ví hôn nhân như "thiên đường", đến khi lấy nhau rồi, hơn nửa số cặp đôi đó ráng nghĩ như vậy dù cuộc sống lứa đôi lúc bấy giờ đã là địa ngục! Khi những cơn say nắng đã qua đi và nhu cầu tình dục được thỏa mãn, liệu còn bao nhiêu sự gắn kết về mặt cảm xúc có thể giữ họ lại với nhau?

Nhiều ông chồng, bà vợ bất hạnh e ngại cái lưỡi không xương độc mồm độc miệng của nhau hơn là sự mất mát lòng tự trọng của nhau. Từ một phần ba cho đến nửa số cặp vợ chồng ngày nay chọn phương án ly hôn để giải quyết mọi chuyện. Nếu không có sự răn dạy từ các nền tảng đạo đức xã hội và tôn giáo, thì con số những cặp vợ chồng chọn cách giải quyết như thế còn có thể tăng đến bao nhiêu nữa?

Kế đến phải kể đến những người ngoài cuộc. Họ cho rằng nguyên nhân các cặp vợ chồng đó chia tay là do không hòa hợp về tình dục, mâu thuẫn trong chuyện tiền bạc, gia đình, tính khí khắc nhau và nhiều nguyên nhân khác. Tuy vậy, đó thực chất chỉ là những dây mơ rễ má của một nguyên nhân CHỦ ĐẠO duy nhất cho mọi cuộc hôn nhân tan vỡ: Sự thất bại trong giao tiếp!

Vâng, nguyên nhân chủ yếu, thậm chí duy nhất, dẫn đến hôn nhân thất bại, là vì các ông chồng, bà vợ KHÔNG biết cách giao tiếp với nhau! Vợ chồng mà thiếu đi sự Thôi Miên Cảm Xúc trong giao tiếp, sẽ chẳng có cuộc hôn nhân nào tồn tại lâu dài nổi!

Phần lớn con người không thích nghĩ, mệt óc lắm. Họ thích cảm nhận hơn. Chỉ khi bạn có thể khuấy động cảm xúc của đối phương, thì cuộc giao tiếp giữa hai bên mới dễ dàng có kết quả. Còn khi bạn làm tổn thương cảm xúc của họ, giao tiếp cầm chắc thất bại.

Hôn nhân cũng không ngoại lệ. Những mối bận tâm, lo toan và

trách nhiệm hằng ngày của ông chồng và bà vợ chính là những bức tường vô hình ngăn cách họ, hạn chế những giao tiếp cần thiết giữa hai người. Chỉ cần bạn phá vỡ được những sự bận rộn này bằng một nhân tố Thôi Miên Cảm Xúc chính xác và đáng kể, bạn sẽ có thể làm mới tình cảm vợ chồng vào bất kỳ lúc nào và dễ dàng có đời sống lứa đôi hạnh phúc.

Còn nếu bạn liên tục tác động vào Tử Huyệt Cảm Xúc của đối phương một cách tiêu cực và thường xuyên lặp lại hành vi này, bạn chẳng cần trông đợi rắc rối đâu, mà chính rắc rối sẽ tìm đến bạn!

Pat và Lorraine cưới nhau đã được ba năm. Lorraine đi làm trong hai năm đầu. Nhưng sau đó, Pat muốn cô ở nhà để tập trung rèn luyện "nhược điểm" khiến anh chướng nhất ở cô - việc tề gia nội trợ.

Mặc dù Lorraine thực sự không muốn rời bỏ công việc ở cửa hàng bách hóa, cô vẫn quyết định chiều theo ý chồng, một kế toán viên nhà nước. Mặc dù không thích làm nội trợ tí nào, Lorraine vẫn cố gắng tham dự các khóa học về nấu ăn, quán xuyến việc nhà và thường xuyên sưu tầm các công thức nấu ăn mới. Kỹ năng tề gia nội trợ của cô cũng tiến bộ hơn hẳn. Lúc bấy giờ, cô rất tự hào với thành tích nấu ăn mình đã đạt được.

Tối hôm đó, Pat về nhà sau một trận cưỡi ngựa đấu thương với một khách hàng quan trọng.

Lorraine mừng chồng về nhà. Cô ôm hôn Pat với tạp dề đeo trên người và xoong chảo trên tay. "Anh yêu, hãy quên hết những bữa ăn không ngon mà em từng nấu nhé!", cô bảo. "Chúng ta sẽ thưởng thức một món đặc sản thật đặc biệt cho ngày hôm nay - món thịt hầm Ái Nhĩ Lan được nấu bằng công thức của riêng em!"

Đôi mắt Pat bừng sáng. "Ồ, nghe thật tuyệt. Em thừa biết thịt hầm Ái Nhĩ Lan là món tủ của anh mà!"

Chỉ vài phút sau đó, anh đã ngồi sẵn sàng trên bàn ăn, hít hà mùi thơm ngon đến từ món thịt hầm nóng hổi mà Lorraine dọn ra.

Cô ngồi đối diện chồng và quan sát anh thưởng thức miếng thịt đầu tiên. "Anh thấy sao Pat?" Cô hỏi một cách háo hức. "Món thịt hầm của em có ngon không?"

Pat nhai thịt rất kỹ, vừa nhai vừa có vẻ suy nghĩ. Sau đó anh nói: "Rất ngon Lorraine - nhưng không bằng mẹ anh nấu!"

E hèm!

Lorraine đứng phắt dậy. Một trận cãi vã bắt đầu... diễn tiến nữa... và nữa.

Tối hôm đó, hai vợ chồng ngủ xoay lưng vào nhau. Suốt mấy ngày trời họ không nói với nhau dù chỉ một câu!

Ngày thứ Ba tuần sau đó, Pat bất ngờ gọi điện thoại về nhà vào buổi trưa. Anh xin lỗi vợ. "Đó là lỗi của anh, Lorraine. Anh thực sự xin lỗi. Lẽ ra anh không nên nói như thế với em!"

Cô vợ chấp nhận lời xin lỗi, nhưng sự việc không dừng lại ở đó.

"Lorraine," anh chồng đề nghị, "tối nay mình đừng ăn tối ở nhà nữa. Tại sao chúng ta không xả hơi một bữa để thay đổi không khí nhỉ? Anh hẹn gặp em lúc 6 giờ ở nhà hàng Royale. Ở đó họ có nhiều món ngon lắm. Em nghĩ thế nào?"

"Ồ Pat, đó là một ý tưởng tuyệt vời! Thật vui khi hôm nay em không phải đi chợ và chuẩn bị đồ ăn nữa!" Cô vợ vui vẻ đáp lại.

Lúc 6 giờ 5 phút, hai vợ chồng được sắp xếp ngồi tại một bàn dành cho hai người trong không gian nhà hàng sang trọng. Ở đó, họ được phục vụ riêng bởi một bồi bàn diện trang phục bảnh bao và chỉnh tề. Pat ngâm cứu kỹ cả bốn trang thực đơn trong khi Lorraine ung dung, thong thả.

Cô gọi món thịt bò phi lê.

Còn Pat, các bạn có đoán ra là anh ta đã gọi gì sau khi ngâm cứu cuốn thực đơn hết sức đa dạng, phong phú như thế đến vài phút?

Bạn đoán chính xác rồi đấy... "Thịt hầm Ái Nhĩ Lan!"

Sau khi các món được dọn ra, người phục vụ mở nắp nồi thịt hầm. Như mọi khi, Pat ngửi lấy ngửi để cái mùi thịt nóng hổi anh yêu thích.

"Ừmmm!" Anh vừa ăn vừa hít hà đến nỗi Lorraine nhìn anh một cách ngờ vực.

"Nói em nghe xem. Món thịt hầm Ái Nhĩ Lan ở đây thế nào?" Cô gằn giọng hỏi.

"Ngon tuyệt!" Pat gật đầu hí hửng. "Y như mẹ anh nấu!"

BÙM!

Lorraine giậm chân thình thịch. Cô nổi trận lôi đình, tay nắm khăn ăn đập rầm rầm trên bàn, rồi đùng đùng bỏ đi!

Cẩn thận đấy! Bạn biết điểm yếu của đối phương, nhưng có hay ho gì không nếu cứ chọc ngoáy vào nỗi đau của họ như anh chồng trong câu chuyện trên? Nếu bạn cứ làm thế, mâu thuẫn vợ chồng là chuyện tất yếu.

Các mối quan hệ của con người ngày nay sẽ hòa hợp hơn rất nhiều nếu mỗi người có ý thức sử dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc để thấu hiểu nội tâm của đối phương. Nhờ đó, bạn có thể thiết kế ra những ngôn từ và hành động giúp làm nên một mối quan hệ hòa hợp và không xung đột.

Phần lớn các cuộc hôn nhân thường trục trặc vì những chuyện tưởng chừng nhỏ nhặt. Những mâu thuẫn giữa hai vợ chồng có thể xuất phát từ bàn ăn, theo chân họ đến phòng ngủ, khiến cho tâm trí mỗi người không thể tập trung khi sáng ra đi làm và dễ dẫn đến sai sót trong công việc!

Mối quan hệ giữa bạn và đối phương càng thân thiết chừng nào, bạn càng phải tôn trọng cảm xúc của họ chừng ấy.

Thông hiểu những Tử Huyệt Cảm Xúc của đối phương, và của chính mình!

Cố gắng nắm bắt Bộ Tứ Tử Huyệt làm nên phương trình cảm xúc của bạn đời, cả những khao khát và nỗi sợ trong đó.

Đằng sau mỗi lời nói và hành động của con người đều có những động cơ cảm xúc nhất định. Hãy nhận diện chúng! Hiểu được nguyên tắc này, bạn có thể khiến cho Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc trở thành công cụ đắc lực cho bản thân để xây dựng những mối quan hệ tích cực và lâu bền!

Với Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, bạn không nhất thiết cứ phải phản ứng ngay với những lời nói và hành động của đối phương; mà bạn có thể nhìn thấy được nhiều điều khác vượt trên cả những biểu hiện bên ngoài.

Khi chúng ta nhận diện được những động cơ cảm xúc đằng sau lời nói và hành vi của đối phương, chúng ta có thể hiểu họ hơn, và cả hiểu mình hơn.

Trong hôn nhân cũng như mọi mối quan hệ khác giữa con người với con người, luôn luôn có những không gian giao tiếp tương hỗ giúp đôi bên tìm thấy sự hòa hợp!

Con người là những sinh vật có cảm xúc. Từ những khao khát và nỗi sợ thuộc Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc trong lòng, họ làm nên những lớp ngụy trang khác nhau cho những ngôn từ và hành động của mình. Kết quả là, thường có hai nguyên nhân chủ yếu vì sao con người nói thế này mà không nói thế khác, hành động kiểu này chứ không phải kiểu khác:

1. Nguyên nhân họ tiết lộ cho bạn biết;

2. Nguyên nhân thực sự.

Nguyên nhân thực sự thường là một động cơ cảm xúc sâu xa liên quan trực tiếp đến cơ cấu Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc của người đó.

Trong hôn nhân, các cuộc giao tiếp giữa vợ chồng thường rất thân mật đến nỗi chỉ một kích thích vu vơ nào đó cũng có thể gây nên phản ứng xúc cảm mãnh liệt. Bởi vì các Tử Huyệt Cảm Xúc chính là những nhân tố gây chú ý cực mạnh trong giao tiếp, chúng có thể tích cực với người này hoặc tiêu cực với người khác - tùy vào quan điểm về "đúng" và "sai" sẵn có ở mỗi người!

Đó chính là lý do vì sao:

• Các bà vợ thường bảo nhau rằng: "Bạn không thể làm hài lòng tất cả mọi người - đặc biệt là mẹ chồng của bạn!"

• Đàn ông thường tính chuyện lâu dài với những người phụ nữ biết lắng nghe họ hơn là những cô gái chỉ xinh đẹp mã ngoài.

• Sai lầm tồi tệ nhất của các bà vợ chính là mè nheo, cằn nhằn.

• Một người vợ khôn khéo luôn biết giữ hòa khí: "cơm sôi bớt lửa", chồng giận thì vợ bớt lời.

• Trong phần lớn các đôi vợ chồng âm thầm ly dị, Tiền Bạc thường có tiếng nói quyết định.

• Khi một người đàn ông trúng tình yêu sét đánh với một cô gái, say mê cô ta như điếu đổ và cung phụng cô nàng hết cỡ, nhiều khả năng cô ấy sẽ chẳng động đến một cây chổi sau khi kết hôn.

• Nhiều bà vợ năng động, thích giao tế, ham vui bên ngoài xã hội

thường hay bỏ quên những nhu cầu cảm xúc của chồng mình.

• Với một cuộc hôn nhân cách tuổi kiểu "trâu già gặm cỏ non", thời gian không dừng lại với người đàn ông đó.

• Nhiều bà vợ có thói quen không tốt là phê phán chồng mình trước mặt người lạ.

• Những gã trai nào hay kéo dài hoặc cường điệu những ngày hẹn hò lãng mạn tươi đẹp thường không thích kết hôn.

• Hàng triệu người vợ thức khuya chỉ với lý do xem phim truyền hình.

• Những người vợ thích than phiền về những sự chi tiêu không cần thiết của mình lại thường không muốn trả lại món hàng, kể cả khi chồng khuyên.

• Nếu bạn xem trọng những cảm xúc của con cái trong gia đình, chúng cũng sẽ hình thành thói quen xem trọng những cảm nhận của người khác ngoài xã hội.

• Những người vợ nào hay đem bệnh tật ra chỉ để được chồng quan tâm mới là những người cần được tư vấn tâm lý.

• Sẽ không thể có một cuộc hôn nhân hạnh phúc, hòa hợp nếu một trong hai người quá chấp nhặt và khó chiều chuộng.

• Người phụ nữ bất hạnh nhất thế giới là người lấy phải một ông chồng im thin thít và không phản ứng lại bất kỳ điều gì.

• Nếu người phụ nữ nắm mọi quyền quyết định trong nhà mà không thèm hỏi ý kiến chồng, thì anh chồng cũng sẽ không thèm hỏi ý kiến cô ta khi anh ta muốn lừa dối hay ngoại tình.

• Khi một người đàn ông quá cao quyết định cưới một người phụ nữ quá thấp, hẳn là những lý do của anh ta dài như tờ sớ.

• Người đàn ông nào không thích xuất hiện cùng vợ trước mặt người khác hoặc trong các sự kiện, hẳn là đang giấu vợ điều gì đó.

• Khi vợ mang thai, nhiều ông chồng chuẩn bị bỏ thuốc lá, còn một số ông khác thì lo đến té xỉu.

• Hầu như không có cuộc hôn nhân nào mà không có cãi vã hay sóng gió!

• Người đàn ông có vợ nào mà có thói quen khoe của hoặc phô trương gia sản hẳn là rất kém tự tin.

• Một người chồng hay người vợ thường xuyên ra ngoài để "tìm người hiểu mình" hẳn là không được bạn đời thấu hiểu ở nhà.

• Những cặp vợ chồng nào không biết cách hâm nóng lại tình yêu khi đời sống tình dục đang suy giảm sớm muộn gì cũng mâu thuẫn.

• Ngoại hình quyến rũ có thể hấp dẫn đàn ông, nhưng chính những lời nói và hành xử khéo léo mới giữ được anh ta ở lại với người phụ nữ.

• Việc một người phụ nữ bị lãnh cảm hẳn là kết quả của sự giao tiếp lạnh nhạt giữa hai vợ chồng.

• Những cặp vợ chồng không thường xuyên sóng đôi cùng nhau rồi sẽ có ngày đường ai nấy đi để tìm sự thỏa mãn cá nhân ở nơi khác.

• Người phụ nữ nào chỉ lo tập trung vào con cái đến mức thờ ơ chồng hẳn là người không biết cách tập trung.

• Người phụ nữ nào hay đòi hỏi chồng phải tặng quà hoặc đáp ứng cho mình cái này, cái kia hẳn là không thực sự yêu chồng.

• Khi một người đàn ông nuông chiều vợ quá mức, anh ta cũng đang đồng thời làm hư cô ta, khiến cô ta trở nên độc đoán, độc tài... và đáng thương!

• Người vợ chỉ trở thành bà chủ thực sự của gia đình khi cô ta biết cách khéo léo để cho chồng mình thắng mọi cuộc tranh luận.

• Một người đàn ông tốt sẽ không bao giờ đổ thừa "con hư tại mẹ".

• Một người vợ biết cách đặt đúng câu hỏi và trò chuyện được với chồng cũng chính là một "tay hòm chìa khóa" đáng tin cậy của cả gia đình.

• Rất nhiều bà vợ than phiền rằng: "Chúng tôi chỉ hợp nhau trong một thời gian ngắn; sau đó ổng chẳng thèm nghe tôi nói nữa!"

• Nhiều người vợ luôn muốn chồng phải tử tế, quyết đoán và che chở mình hoàn toàn; nên đôi khi, một cuộc hôn nhân 50-50 đúng nghĩa chưa chắc đã là điều các bà muốn.

• Sự khác biệt giữa một cô vợ dễ thương và một bà chằn lửa đôi khi chỉ đơn giản là một ông chồng hay về nhà trễ.

Quan hệ giữa cha mẹ và con cái cũng tương tự, việc giao tiếp Thôi Miên Cảm Xúc là vô cùng cần thiết và hiệu quả để hai thế hệ hòa hợp nhau hơn. Cũng như người lớn, tâm trí trẻ con bị chi phối bởi Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc. Và hiển nhiên, mỗi đứa trẻ là một cá thể khác nhau với những đặc điểm cảm xúc đặc thù.

Hầu hết các bậc cha mẹ đều thừa nhận rằng một trong những thử thách cam go nhất thế giới mà họ phải chinh phục chính là... khiến cho trẻ lắng nghe và vâng lời. Nếu bạn muốn một người - kể cả một đứa trẻ - lắng nghe mình, bạn phải tác động vào đúng Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của người đó.

Trong nhiều trường hợp, Tử Huyệt Cảm Xúc của trẻ hiển nhiên đến nỗi chúng ta thường bỏ qua!

Một học viên nữ của tôi làm nghề y tá. Cô có một con gái sáu tuổi - kết quả của cuộc hôn nhân trước. Khi cô tái hôn và sinh em bé với người chồng mới, con gái riêng của cô rất ghen tức.

Cô bé sáu tuổi làm đủ mọi cách để được quan tâm, chú ý. Cô bé trở nên xấu tính, ăn uống trễ nải và thường xuyên mất hút đi chơi để khiến mẹ lo lắng. Mọi biện pháp từ đánh đòn cho đến các hình phạt cấm túc đều không có kết quả, còn biện pháp tưởng thưởng mỗi khi ngoan ngoãn chỉ khiến cô bé thêm lấn lướt.

Cô bé giận dỗi đến nỗi ra tối hậu thư cho mẹ: “Mẹ nói con nghe. Con và em bé, mẹ yêu ai nhất?”

Nếu trả lời sai, cô học viên của tôi có thể khiến cho cô bé tổn thương mãi mãi. Nhưng cô đã có một phản ứng vô cùng khéo léo. Cô mỉm cười và mở rộng vòng tay ôm con mình. Câu trả lời của cô: “Con chính là cô bé mẹ yêu nhất. Còn em gái con là em bé mẹ thương nhất!”

Câu hỏi “cắc cớ” của cô bé đã gợi ý cho người mẹ bởi Tử Huyệt Danh Tiếng được ám chỉ rất rõ ràng trong đó. “Mẹ nói con nghe. Con và em bé, mẹ yêu ai nhất?”

Người mẹ đã rất tinh ý nắm bắt gợi ý nho nhỏ đó và nói cho đứa trẻ nghe đúng điều nó muốn nghe. Lần đầu tiên “cô bé” và “em bé” làm bạn với nhau sau một thời gian dài căng thẳng!

Như bạn đã thấy, những biện pháp tác động Bản Thân như đe dọa,

đánh đòn và cấm túc không thuyết phục được đứa trẻ; tương tự là biện pháp Tiền Bạc, tức tưởng thưởng mỗi khi bé ngoan. Khi đó, Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của cô bé hẳn là nằm đâu đó giữa Tình Yêu và Danh Tiếng. Và nhờ câu hỏi bất ngờ của cô bé, người mẹ đã tìm ra Tử Huyệt LỚN NHẤT của em chính là Danh Tiếng.

Không cần phải đợi đến lớn, mà trẻ em mới sáu tuổi đã có thể hình thành những ưu nhược điểm nhất định trong Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc. Hãy quan tâm và thấu hiểu trẻ nếu bạn muốn chúng tôn trọng và vâng lời bạn. Một đứa trẻ cần rất nhiều thời gian được sống trong một môi trường cảm xúc tích cực để có thể hình thành tính cách tốt về sau.

Trẻ con cũng đầy ắp những cung bậc cảm xúc nắng mưa như người lớn, với những cơ cấu Bộ Tứ Bản Thân, Tiền Bạc, Tình Yêu và Danh Tiếng nhất định. Càng lớn, những Tử Huyệt này càng được định hình rõ ràng hơn.

Cha mẹ tinh ý nên sớm nhận biết được Tử Huyệt Cảm Xúc CHỦ ĐẠO của con cái. Trẻ có thích được thưởng mỗi khi ngoan ngoãn hoặc làm được điều gì đó? Bé có quan tâm đến Bản Thân, hoặc có tính ưa sáng tạo thuộc phạm trù Tình Yêu, hay thích thú với Danh Tiếng? Những lời nói, hành vi và phản ứng của trẻ với mọi thứ xung quanh đều sẽ ít nhiều thể hiện Tử Huyệt cảm xúc của chúng mỗi lúc một rõ hơn. Hãy sử dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc để diễn dịch những gì bạn thấy và nghe ở trẻ!

Người khác lắng nghe bạn khi và chỉ khi bạn nói được điều mà họ muốn nghe hoặc sợ nghe. Với Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, bạn có thể sử dụng kiến thức của mình về Bộ Tứ Tử Huyệt như một gợi ý để khám phá và nhận diện những nhân tố ấy, để từ đó, bạn có thể giao tiếp thành công hơn.

Bằng cách này, bạn sẽ rèn luyện được nghệ thuật đối nhân xử thế một cách hiệu quả, tôn trọng, công bằng và yêu thương, cả với người lớn lẫn trẻ nhỏ. Kể cả với những chủ đề khó khăn như tình dục, hạnh phúc cá nhân, tiền nong, sự kiêu hãnh, mâu thuẫn mẹ chồng - nàng dâu và chuyện phân chia tài sản, bạn cũng sẽ tìm ra được những nhân tố gây chú ý giúp bạn thiết lập mối giao cảm với những người có liên quan.

Theo thời gian, khả năng nhận thức và thành thạo Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc sẽ tạo động lực cho bạn và những người xung quanh bạn củng cố các mối quan hệ của mình keo sơn, bền vững hơn.

Để bạn có thể kết hôn và hạnh phúc bền lâu trong cuộc hôn nhân với người mình đã chọn, khả năng điều khiển hiệu ứng cảm xúc do những ngôn từ và hành động của mình tạo ra chính là quyền năng mang tính quyết định của bạn.

Điển hình là, ngay cả sự hòa hợp về tình dục cũng đòi hỏi mỗi bên phải biết cách giao tiếp khéo léo với nhau bằng cả lời nói và hành động có tính chất Thôi Miên Cảm Xúc. Những phản ứng về mặt tình dục cũng chính là phản ứng xúc cảm trong giao tiếp giữa hai vợ chồng. Lần nữa, điểm khác biệt giữa việc cố gắng giao tiếp một cách khiên cưỡng và giao tiếp thành công chỉ đơn giản là bạn có tác động ĐÚNG Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của đối phương hay không!

Hầu hết các cặp đôi không hiểu nhau về mặt cảm xúc - chứ không phải về thể xác. Với Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, họ mới có thể khai phá và tận hưởng trọn vẹn niềm hạnh phúc tuyệt vời của tình dục lứa đôi!

Cô E. là một học viên của tôi, làm nghề viết văn tự do. Cô đã kết hôn được chín năm và có hai con. Mặc dù vợ chồng cô không có gì trục trặc, cô vẫn luôn cảm thấy chán ngán cuộc hôn nhân của mình. Suốt mấy năm trời làm vợ, cô chưa bao giờ được "lên đỉnh", đến nỗi cô tự kỷ ám thị rằng mình quả thật không thể thăng hoa trong tình dục được.

Đối với cô, tình dục chỉ là một trách nhiệm và nghĩa vụ để "chồng không đi rông!"

Tuy nhiên, càng về sau, sự thiếu thốn cảm giác thăng hoa lâu ngày khiến cô trở nên cáu kỉnh, viện đủ mọi lý do để không phải gần gũi chồng. Cô khóc lóc tâm sự với tôi rằng điều đó càng lúc càng khiến cho chồng cô dễ nổi nóng, bạo lực và dọa chia tay nếu cô không đáp ứng.

Cô E. bước vào cuộc hôn nhân một cách bình thường như bao phụ nữ khác. Và cũng giống như những người phụ nữ đó, cô cho rằng mình đã có kiến thức nhất định về tình dục, nhu cầu tình cảm bình thường và luôn tỏ vẻ mãn nguyện với cuộc hôn nhân.

Tuy vậy, chuyện sinh hoạt vợ chồng thường xuyên thiếu "chất" dần dà khiến những khao khát và mong đợi của cô trở nên "... chán như phủi bụi - mà tôi cực ghét công việc phủi bụi nhà cửa!"

Lần đầu cô E. tâm sự vấn đề cá nhân của mình với tôi là vào buổi thứ hai của khóa học Thôi Miên Cảm Xúc gồm mười ba buổi. Cho

đến khi khóa học kết thúc, cô ấy cần tìm ra câu trả lời cho vấn đề này. Cô không còn nhiều thời gian, trong khi nỗi lo ngày một lớn dần.

Chúng tôi trò chuyện với nhau hết hai tiếng đồng hồ. Cô ấy đã rất cẩn thận và chịu khó ghi chú lại toàn bộ những lời hướng dẫn của tôi. Để rồi sau đó, thể theo lời yêu cầu của tôi, cô ghi nhớ những điều đó rồi xé vụn đống giấy ghi chú, vứt chúng vào sọt rác.

Từ đó trở đi, cô E. áp dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc để giao tiếp hằng ngày với chồng. Cô rèn luyện cho mình kỹ năng đặt câu hỏi và thuần thục những ưu thế giao tiếp của chúng. Cô tự nhắc nhở bản thân về sự khác biệt trong quan điểm, nhu cầu của mỗi người và ưu tiên đặt những cảm nhận của chồng trên mình. Cô bắt đầu cười nhiều hơn, nữ tính hơn, và thường xuyên nhìn chồng một cách say mê, đầy tình cảm như thuở mới yêu.

Và cái gì đến phải đến, chồng cô bắt đầu nghi ngờ... và chú ý hơn đến cô. Đây quả thật là một Trải Nghiệm Mới lãng mạn đối với anh trong cuộc hôn nhân suốt nhiều năm trời không có gì mới mẻ!

Cũng phải mất nhiều ngày để sự thay đổi của cô E. thực sự tác động được đến chồng.

Anh chồng gỡ bỏ sự khô khan, cứng nhắc thường ngày và bắt đầu khao khát cô, với mức độ ham muốn gia tăng từng ngày.

Với ngọn lửa đam mê được khơi dậy, anh bắt đầu chủ động "tấn công" cô và được nhận thêm nhiều Trải Nghiệm Mới. Cô E. không còn viện cớ trốn tránh hay thụ động "chịu trận" như trước. Thay vào đó, cô thẳng thắn giao tiếp với anh, phản hồi lại mọi cử chỉ yêu đương, âu yếm của anh.

Hành động và biểu cảm của cô khiến anh cảm thấy rằng anh đã làm rất tốt... mặc dù thật tâm cô ấy vẫn chưa thỏa mãn trong vài lần đầu!

Tuy nhiên, bằng những lời nói và hành động ngọt ngào của mình, cô ấy đã làm tăng thêm cho chồng cái uy danh, thể diện, cái Danh Tiếng mà đấng mày râu nào cũng muốn nắm giữ trong cuộc sống vợ chồng, mà tình dục không ngoại lệ!

Bằng cách làm cho chồng hài lòng trước, cô dần dần khiến anh chồng tự khắc quan tâm hơn đến những nhu cầu và cảm xúc của cô. Đáp lại cô, anh cũng trở nên sáng tạo và điêu luyện hơn trong chuyện chăn gối để giúp cô thăng hoa. Điều này đã giúp loại bỏ

dần sự nhàm chán và tẻ nhạt mà cô vẫn phải thường chịu đựng trước kia.

Vài tuần sau, cô E. tươi tắn chia sẻ với tôi rằng sinh hoạt vợ chồng của cô đang tuyệt vời hơn bao giờ hết. Chồng cô càng lúc càng dịu dàng và quan tâm hơn đến cô về nhiều mặt... và lần đầu tiên cô được trải nghiệm cảm giác "lên đỉnh"!

Để hôn nhân được hạnh phúc vững bền, sự giao tiếp về mặt cảm xúc quan trọng không thua gì đam mê. Để có được một sự giao cảm gắn kết vợ chồng, bạn phải dùng đến Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc.

Khát khao tình dục là Tử Huyệt Tình Yêu, còn thỏa mãn tình dục là Tử Huyệt Bản Thân. Nếu vợ chồng muốn đạt đến đỉnh thăng hoa cao nhất, nghệ thuật yêu đương phải kích thích được cả thể xác lẫn cảm xúc, khi mà những lời nói và cử chỉ ngọt ngào của hai bên chạm được vào nhau, tức khẳng định giá trị Danh Tiếng của nhau trong giao tiếp giữa hai người.

Đây là một quyền năng khác cực mạnh của Thôi Miên Cảm Xúc mà trong đó, Tử Huyệt Danh Tiếng đòi hỏi cả vợ và chồng phải gỡ bỏ mọi rào cản, sự kìm nén, thể hiện cảm xúc hài lòng hết mình, và điều quan trọng là phải đúng thời điểm!

Hôn nhân là một tình trạng của tâm trí được bao bọc bởi cảm nhận và cảm xúc. Muốn xâm nhập thành công tâm trí đó, bạn phải xuyên thủng được những rào cản bận tâm, lo lắng bằng những ngôn từ và hành động Thôi Miên Cảm Xúc.

Sau đây là mười nguyên tắc giúp bạn hạnh phúc bền lâu trong hôn nhân:

1. Trước và sau khi kết hôn, hãy xác định được Tử Huyệt Cảm Xúc CHỦ ĐẠO của người bạn đời càng sớm càng tốt

Đây chính là cách hiệu quả nhất giúp vợ chồng dễ dàng thấu hiểu nhau ở cả những vấn đề quan trọng hoặc những việc nhỏ nhặt trong cuộc sống. Nếu bạn không hiểu họ trước khi cưới, bạn sẽ khó lòng tiếp nhận được con người thật của họ sau khi cưới. Đừng vì sự khinh suất đó mà tạo mầm mống cho bất hạnh. Hãy dùng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc! Khám phá những điều mà bạn đời của bạn quan tâm hoặc sợ hãi! Sự thấu hiểu lẫn nhau vẫn luôn là nền tảng cho mọi mối quan hệ thành công giữa con người với con người!

2. Ưu tiên những nhu cầu cảm xúc của người kia hơn bản thân mình

Hãy chiều theo những nhu cầu của đối phương cũng như những gì mà họ cần và đặt nhu cầu của mình ra sau họ, nhưng cũng không được quá nuông chiều. Trong hôn nhân cũng như mọi mối quan hệ khác, hãy cho đi trước nếu bạn muốn được nhận! Với một sự kiên trì chân thành, cả hai người rồi sẽ hòa hợp như một!

3. Để cho chồng cảm thấy rằng anh ta chính là ông chủ gia đình

Khi đó, anh ta sẽ quyết đoán, ân cần và chở che bạn hơn. Hãy thể hiện sự đồng tình của bạn với mọi ý kiến của anh ta, đặc biệt là trước mặt người khác. Những phụ nữ quá lấn quyền chồng khó lòng duy trì được hôn nhân dài lâu!

4. Muốn thuyết phục đối phương, hãy hỏi... chứ đừng bảo!

Bạn sẽ dễ dàng thuyết phục và thu phục lòng người hơn nếu bạn biết cách đặt câu hỏi thay vì lớn tiếng bảo ban hay ra lệnh. Hãy nhớ, dấu chấm hỏi có sức thuyết phục và khả năng Thôi Miên Cảm Xúc áp đảo dấu chấm than!

5. Lắng nghe! Lắng nghe! Và lắng nghe!

Mỗi khi giao tiếp, hãy nhìn sâu vào đôi mắt của đối phương. Hãy thể hiện rằng bạn thực sự quan tâm đến những lời nói, ý kiến, quan điểm hoặc vấn đề của đối phương. Hạn chế sự phân tán tư tưởng khi đối phương đang trò chuyện với bạn. Nhiều ông chồng thích ra salon tóc chẳng phải vì ở đó có thợ hớt tóc giỏi, mà vì ở đó có những cái miệng ngọt ngào và những đôi tai biết lắng nghe hơn bà vợ ở nhà!

6. Đừng tiếc lời khen

Những lời khen thật lòng luôn có khả năng Thôi Miên Cảm Xúc mạnh mẽ. Đừng tiếc lời khen đối phương vì mọi việc họ làm cho bạn, từ những cử chỉ, hành động giúp đỡ, món ăn ngon, quần áo cho đến thành tựu, sự nghiệp. Những lời khen chân thật là chất xúc tác cho mối giao cảm vợ chồng, kể cả với những việc nhỏ nhặt mà hai người làm cho nhau như rửa xe hoặc dọn thức ăn!

7. Thể hiện đam mê trong ánh mắt, biểu cảm và hành động

Hãy mạnh dạn nhìn vợ hoặc chồng mình thật say đắm, cho họ biết rằng bạn đang khao khát họ biết dường nào. Một nụ cười, một

món quà bất ngờ, một món ăn ngon, hoặc thậm chí chỉ là một cái nháy mắt đúng lúc cũng có thể tạo ra hiệu ứng Thôi Miên Cảm Xúc thú vị và gắn kết!

8. "Cơm sôi, bớt lửa"

Nếu chồng hoặc vợ bạn đang lớn tiếng giận dữ, hãy đáp lại nhỏ nhẹ khi nói chuyện với họ. Đừng ăn miếng trả miếng, trừ phi bạn có điều thực sự quan trọng cần nói với đối phương. Sau đó, hãy hạ giọng, nói một cách bình thản và chân thành. Hầu hết các cuộc cãi vã đều có thể hóa giải được; nhiều cuộc cãi vã trong đó thậm chí có thể để lại những tổn thương tinh thần không bao giờ lành cho cả hai bên nếu người trong cuộc không "hạ hỏa" kịp thời. Tránh xa những chủ đề nói chuyện có thể liên tục đánh vào Tử Huyệt của đối phương!

9. Đừng hành xử như trẻ con

Việc bạn cư xử như trẻ con hoặc ấu trĩ so với tuổi thật chỉ khiến cho đối phương khó chịu hoặc "lãnh đủ" chứ không ai khác. Nếu bạn muốn mình trông thật trẻ trung và tràn đầy sức sống, hãy đơn giản là giao tiếp và ứng xử thật khéo léo bằng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, khiến cho đối phương luôn phải lắng nghe, quan tâm, chú ý và tôn trọng bạn. Làm được như thế, bạn sẽ tự nhiên trông trẻ ra và đẹp hơn trong mắt đối phương. Vấn đề tuổi tác hoặc ai lớn tuổi hơn ai không còn quan trọng khi bạn sử dụng thành thạo Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc trong gia đình!

10. Kẻ thù của hôn nhân: sự nhàm chán và tẻ nhạt

Thường xuyên hâm nóng Tình Yêu và tạo Trải Nghiệm Mới cho cả hai vợ chồng trong cuộc sống hằng ngày. Chỉ cần vài điều mới nho nhỏ mỗi ngày là đủ để làm sinh động giao tiếp giữa vợ chồng cũng như mọi mối quan hệ thân mật khác! Cũng như món ăn, bạn ăn hoài một món hẳn là sẽ chán, đúng chứ! Do vậy, cố gắng hạn chế sự tẻ nhạt và nhàm chán trong mọi thứ, từ ngoại hình, chủ đề nói chuyện, không gian, bối cảnh cho đến những cử chỉ yêu thương!

Trong gia đình, Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc không chỉ giúp bạn hiểu chính mình, mà còn làm cho bạn tự tin hơn trong việc vun đắp và duy trì mối quan hệ với vợ hoặc chồng, con cái hoặc người thân.

Về mặt cảm xúc, đa phần các cặp vợ chồng luôn chia sẻ một phần động lực cảm xúc giống nhau trong tinh thần của nhau. Đây là lý do vì sao mà bạn có thể làm cho mối quan hệ vợ chồng của mình

luôn đong đầy hạnh phúc!

Hôn nhân là một mối quan hệ đặc biệt giữa con người với con người.

Với Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc luôn trong tư thế sẵn sàng, hôn nhân thất bại là điều khó xảy ra, thậm chí là không tưởng!

Chương 13

SỨC MẠNH CỦA PHƯƠNG PHÁP THÔI MIÊN CẢM XÚC TRONG MÔI TRƯỜNG LÀM VIỆC VÀ SỰ NGHIỆP

"Công việc của cậu sao rồi, Gert?"

"Công việc của mình á? Mình mới nộp đơn xin nghỉ việc tuần trước rồi. Mình không thể chịu nổi bà quản lý đó thêm một tí nào nữa!"

"Nhưng... Gert này! Cậu là nhân viên lâu năm trong đó mà, phải chứ?"

"Ừ, gần bảy năm!"

"Chuyện gì đã xảy ra vậy?"

"Ôi, cái bà quản lý đó! Mình chẳng thể nào tập trung làm việc được khi bà ta cứ lượn qua lượn lại chỗ mình ngồi để soi mói. Cậu nghĩ sao nếu cậu là mình, thường xuyên bị nhắc nhở oang oang trước mặt 'bá quan văn võ' trong công ty? Bởi ai? Bởi một 'Bà La Sát' không biết cười là gì, chỉ thích chê bai, chỉ trích và không bao giờ biết nói câu 'Cảm ơn' mỗi khi nhân viên cố gắng hoàn thành công việc trước thời hạn để làm vui lòng bà ta!"

Có đáng xấu hổ không khi một nhân viên lâu năm, có tài năng lẫn kinh nghiệm của bạn phải nộp đơn xin nghỉ việc hoặc bị đuổi lãng xẹt chỉ vì "chúng ta không hợp nhau" trong công sở?

Hàng nghìn, hàng vạn mâu thuẫn diễn ra ở các cơ quan công sở khắp nơi trên thế giới chỉ vì xung đột tính cách. Tổn thất về tiền bạc, công việc lẫn nhân sự do những mâu thuẫn nhỏ nhặt này gây ra lên đến hàng triệu đô la. Ấy vậy mà trên thực tế, chẳng mấy ai quan tâm xem chuyện gì đã xảy ra đối với tâm trí, cơ thể, cảm xúc và thân nhân của những người trong cuộc để mà giải quyết mâu thuẫn cho đến nơi đến chốn.

Cô Sadie Brown, hiệu trưởng Trường Trung cấp Kinh doanh, một trong những cơ sở đào tạo về kinh doanh lâu đời và lớn nhất ở New York, từng chia sẻ với tôi rằng: "Nhiều cựu sinh viên đang có việc làm ổn định bỗng dưng liên hệ với bộ phận giới thiệu việc làm của trường để kiếm việc khác. Hầu hết lý do các em đưa ra là: 'Tôi chẳng thể nào đội trời chung với mấy người đó,' 'Ông sếp đó khó chịu quá, tôi không biết đâu mà chiều!', 'Cấp trên chẳng quan tâm gì đến cảm nhận của tôi!'. Thế giới công sở là nơi mà mọi người - từ cấp quản lý điều hành cho đến nhân viên - cần phải có kỹ năng giao tiếp Thôi Miên Cảm Xúc để có thể làm việc với nhau lâu dài. Vô số công ty và ông chủ đang từng ngày từng giờ thiệt hại biết bao nhiêu tiền của và nhân tài chỉ vì những xung đột hoàn toàn có thể được giải quyết bằng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc!

Việc này cần nhiều thời gian, tiền bạc và công sức, bất kể công ty của bạn lớn hay nhỏ. Trong đa phần các trường hợp, một nhân viên mới vào cần thời gian từ một đến năm tháng để hoàn toàn thích nghi và bắt đầu làm việc xứng đáng với mức lương họ được trả.

Ở Mỹ, nơi mà từ "bán hàng" hiện diện khắp nơi, những thiệt hại chỉ do vài xung đột tính cách ở các cơ quan công sở gây ra có thể quy thành tổng thu nhập quốc gia với giá trị lên đến hàng triệu đô la.

Không phải xung đột nào cũng kết thúc bằng lá đơn xin nghỉ việc của nhân viên hoặc yêu cầu đuổi việc từ cấp trên. Thay vào đó, có những xung đột được tiếp diễn dưới dạng những suy nghĩ tiêu cực như "Tôi đếch cần quan tâm đến chuyện mần ăn của cái công ty này nữa!" hoặc "Đợi đấy! Ta sẽ báo thù!". Bạn hãy tưởng tượng xem, những suy nghĩ kiểu này sẽ còn âm thầm tiếp diễn khiến cho công ty của bạn tổn thất đến bao nhiêu nữa?

Bạn đã bao giờ phải chịu đựng thái độ hách dịch của một người bán hàng, một điện thoại viên, hay một nhân viên tiếp tân? Hoặc bạn đã bao giờ phiền lòng bởi cách hành xử thiếu chuyên nghiệp

của một nhân viên phục vụ, giao dịch viên, bác sĩ thẩm mỹ?

Những lúc đó, bạn phản ứng thế nào?

Thay vì giải tỏa sự phiền lòng ngay lập tức bằng cách đối mặt với người đã khiến bạn khó chịu, hầu hết chúng ta chọn cách im lặng ra đi và tìm nơi khác có sự phục vụ tốt hơn!

Hiện nay, có hơn 20.000 người lao động tự cho rằng họ là những cá nhân xuất sắc đang bị cho ngồi "nhầm chỗ", tức là, công việc họ đang làm vừa không khiến họ mãn nguyện mà cũng chẳng kích thích nỗ lực hay sự sáng tạo của họ, những công việc khiến họ thường xuyên lai rai cho đến hết giờ để được về nhà, những công việc thời thượng liên quan mật thiết đến kỹ năng giao tiếp như quảng cáo, bán hàng, marketing, PR, truyền thông và văn hóa nghệ thuật - nhưng những người hành nghề lại chẳng biết làm thế nào để giao tiếp với nhau cho khôn ngoan!

Thế giới công sở ngày nay đang chìm ngập trong những lời than vãn như "Công việc này không hợp với tôi, nhưng tôi có thể làm gì bây giờ?", "Ngày nào cũng như ngày nào, chán như con gián!", "Thật tệ khi ông C. liên tục làm tôi phát cáu trong lúc làm việc. Nhớ đến cái mặt mốc của ông ta thôi cũng đủ khiến tôi hỏng cả buổi tối quây quần bên gia đình!"

Mọi sự giáo dục và đào tạo nghề nghiệp đều trở nên vô dụng nếu chúng không dạy được cho người ta cách làm thế nào để giao tiếp với nhau bằng những gì mình học được! Muốn giao tiếp thành công, bạn phải "chinh phục" được người đối diện về mặt cảm xúc!

Khả năng thấu cảm càng lúc càng trở nên cần thiết trong môi trường công sở, chuyên môn, các mối quan hệ cá nhân và cả trong những cuộc trò chuyện đơn thuần. Cả người nói và người nghe đều có vô số những cảm xúc và cảm nhận khác nhau. Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc sẽ giúp mỗi người khám phá ra những cảm nhận này để cả hai bên có thể khơi gợi những động lực tích cực của nhau nhằm đạt được kết quả như ý!

Mặc dù chúng ta thường hay gọi hành động rời khỏi một công ty là "nghỉ việc", nhưng thực chất, hầu hết những người nghỉ việc hoặc bị sa thải chẳng phải vì công việc. Vài cuộc nghiên cứu gần đây cho thấy trong số những người đạt được thành công trong sự nghiệp, hết 85% nhờ tốt tính hoặc "biết điều", chỉ có 15% thành công nhờ vào trình độ hoặc năng lực chuyên môn mà thôi.

Cứ năm trường hợp nghỉ việc hoặc bị sa thải thì có tới bốn là do

xung đột tính cách - xảy ra khi người trong cuộc thiếu kỹ năng hòa hợp với nhau.

Tính cách của mỗi người quyết định cách phản ứng của người đó đối với ngôn từ hoặc hành vi của người khác. Nếu những lời nói hoặc hành động của một người đánh động vào Tử Huyệt Cảm Xúc của chúng ta một cách tích cực, chúng ta sẽ có xu hướng quý mến tính cách của người đó. Còn nếu những phát ngôn hoặc hành động của một người không làm chúng ta thích, chúng ta sẽ chẳng ưa họ.

Các phản ứng của con người đối với hành vi và lời nói của nhau chung quy đều là những phản ứng của cảm xúc. Chúng có thể làm chúng ta phấn khích, phiền toái hoặc thậm chí tổn thương trong tâm hồn.

Sự nghiệp và thương trường là những nơi mà kỹ năng giao tiếp trở nên quan trọng hơn bao giờ hết để bạn thiết lập các mối quan hệ. Bạn giao tiếp càng hiệu quả, sự nghiệp của bạn càng thuận buồm xuôi gió. Trong công việc, chúng ta tương tác với những thái độ và quan điểm sống của nhau. Một số người cho chúng ta cảm giác rất ấm áp và đầy cảm hứng, vài người khác lại khiến chúng ta thấy nhàm chán hoặc bực bội.

Nhiều người than phiền rằng chỉ cần gặp phải một xung đột tính cách trong công ty là đủ khiến cho họ mệt mỏi, kiệt sức đến tận lúc về nhà, thậm chí đến cả khi lên giường ngủ.

De G. là một học viên của tôi. Anh làm nghề lái xe tải cho một công ty xây dựng. Anh không nề hà công việc vất vả, nhưng đến thời điểm nọ, nó đã vượt ngưỡng chịu đựng của anh khi một viên quản đốc mới tên Desmond xuất hiện. Chỉ mới làm việc có bốn ngày, nhưng Desmond kiếm cớ gây chuyện với tất cả nhân viên dưới quyền.

Mấy nhân viên căm ghét Desmond đến nỗi họ đặt cho ông ta một biệt danh ác ý là Desmond "Tuyệt Vọng" và nguyền rủa ông ta nên "trượt chân té từ trên mái nhà xuống đất" càng sớm càng tốt.

De G. đặc biệt ghét ông ta đến tận xương tủy. Anh ta căng thẳng đến nỗi mỗi ngày đều về nhà với một "cục tức" to đùng chỉ chực chờ phát nổ, sẵn sàng cáu gắt với vợ và mắng nhiếc hai đứa con mỗi khi có thể. Anh không muốn nghỉ việc và cũng chẳng dám làm điều gì sai quấy vì còn phải đi làm kiếm tiền nuôi vợ con. Thế là bao nhiêu cảm xúc bức bối, bất hạnh dồn nén và ám ảnh De G.

trong từng giấc ngủ.

Anh ta hỏi tôi rằng liệu Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc có thể giúp anh ta làm điều gì đó để "khiến cho Desmond Tuyệt Vọng không còn dám ức hiếp tôi nữa!"

Dù lúc đó đang là đầu giờ học, tôi vẫn quyết định cho phép De G. chia sẻ vấn đề của mình với cả lớp. Khi đó, chúng tôi sẽ có nhiều thời gian hơn để bàn luận và tìm ra những ngôn từ thuyết phục có thể lay chuyển Desmond Tuyệt Vọng mà vẫn giữ được thể diện cho De G. trước mặt những đồng nghiệp khác.

Có bốn học viên là bác sĩ L. (chuyên gia tâm lý), E. (nhà sản xuất phim truyền hình), K. (một thư ký) và F. (nhân viên bán hàng) cho rằng Desmond Tuyệt Vọng thể hiện uy quyền trước mặt nhân viên để chứng tỏ giá trị với cấp trên. Vài học viên khác thì nghĩ rằng bản thân Desmond cũng đang phải gánh vác một trách nhiệm nặng nề là giám sát nhân viên sao cho mọi công việc được thực hiện trôi chảy và đúng tiến độ. Cũng như nhiều quản đốc khác, ông ta không được đào tạo về các kỹ năng giao tiếp với con người, nên ông ta không biết làm gì khác ngoài việc đốc thúc và gây sức ép lên cấp dưới của mình!

Sau khi trả lời thêm vài câu hỏi của chúng tôi, De G. cũng thừa nhận rằng Desmond quả thực là một người quản lý hiệu quả và có tinh thần trách nhiệm cao; ông ta thực sự phải chịu rất nhiều áp lực về tiến độ công việc vì đây là một yêu cầu rất quan trọng trong ngành xây dựng. Tuy nhiên, do Desmond hành xử với mọi người quá khắc nghiệt, nên De G. và nhiều đồng nghiệp khác đã thành lập một hội nhóm chuyên bao che lẫn nhau để chơi khăm và gây khó dễ cho Desmond.

Sau khi được De G. cung cấp đủ thông tin, cả lớp tiến đến bước áp dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, phân tích Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc để tìm xem đâu là nhân tố sẽ khiến cho Desmond phải lắng nghe và hồi tâm chuyển ý. Vấn đề ở đây không liên quan nhiều đến Bản Thân, Tiền Bạc hay Tình Yêu. Nên câu trả lời chính là Danh Tiếng.

Sau khi xác định đó là Tử Huyệt Danh Tiếng, các học viên bàn luận với nhau để thiết kế nên cuộc đối thoại và hành động mà De G. có thể áp dụng ngay trong ngày hôm sau ở công trường để đạt được mục đích.

Theo kịch bản mà lớp đề ra, sau khi hoàn tất phần việc được giao,

De G. nên đi đến chỗ Desmond, nhìn thẳng vào mắt viên quản đốc và nói một cách chân thành: "Có thể sếp hơi khó tính với bọn em, nhưng em biết sếp là một quản đốc giỏi, có khả năng hoàn thành xuất sắc mọi nhiệm vụ được giao!"

Và anh ta nên kết thúc câu nói bằng một nụ cười.

De G. cảm ơn cả lớp vì sự giúp đỡ nhiệt tình. Anh hứa là sẽ làm đúng như vậy và tường thuật lại kết quả cho mọi người cùng nghe vào buổi học ngày hôm sau.

Một tuần sau, buổi học tiếp theo của khóa học Thôi Miên Cảm Xúc tiếp diễn. Ngay khi anh chàng De G. hí hửng bước vào lớp, tất cả liền bủa vây lấy anh. Anh lịch sự yêu cầu mọi người ngồi vào chỗ của mình một cách trật tự trước khi anh chia sẻ.

Anh kể rằng anh đã làm đúng y như kịch bản mà lớp đề ra.

"Tôi đến chỗ quý ông Desmond và nói rằng: 'Có thể sếp hơi khó tính với bọn em, nhưng em biết sếp là một quản đốc giỏi, có khả năng hoàn thành xuất sắc mọi nhiệm vụ được giao!' kèm với một nụ cười."

"Ông ta nhìn vào mắt tôi, nhìn thấy sự chân thành của tôi và cũng mỉm cười đáp lại tôi! Rồi ông ta nói 'Cảm ơn'!"

"Sau đó, tôi quay trở lại xe tải của mình. Lần đầu tiên tôi nhận ra rằng Desmond Tuyệt Vọng không quá 'tuyệt vọng' như mình tưởng. Rằng ông ta cũng là một con người bình thường như mình, một người đàn ông đang phải đảm đương một trách nhiệm nặng nề và phải cố gắng hoàn thành tốt nhất có thể!"

De G. chống cằm một cách suy tư. "Các anh chị biết không?", anh ta nói. "Có lúc tôi đã nghĩ, nếu mình là người nghiêm túc thực sự, mình chẳng cần phải dùng đến Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc đối với Desmond thêm một lần nào nữa. Từ khoảnh khắc đó, tôi tự nhắc nhở bản thân phải làm việc tốt hơn để ông ấy hài lòng, vì tôi không muốn đánh mất sự tôn trọng mà ông ấy đã dành cho tôi!"

"Dần dà," De G. nói tiếp, "những người thợ khác cũng đồng tình với tôi về mối quan hệ hai chiều giữa sếp và nhân viên, rằng mỗi người chúng tôi đều có những cảm nhận và khó khăn của riêng mình. Sau mỗi ngày làm việc về nhà, tôi mệt mỏi lắm chứ, nhưng từ khi hiểu chuyện, tôi không còn căm ghét Desmond và đem việc về nhà trút giận lên vợ con nữa. Thay vào đó," anh kết luận, "tôi

được tận hưởng những giấc ngủ thật ngon vào mỗi tối!"

Hẳn là bạn cũng đồng ý với tôi rằng, chỉ cần nhà quản lý hình thành thái độ tích cực đối với nhân viên, cả công ty sẽ cùng vui và mọi người sẽ làm việc hiệu quả hơn hẳn - còn quản lý tốt nhưng giao tiếp tồi thì chẳng khác nào mặt trăng mọc vào ban ngày.

Con người sẽ dễ dàng hòa đồng với nhau hơn khi họ được thấu hiểu và học cách kiểm soát hiệu ứng Thôi Miên Cảm Xúc - tức khả năng thúc đẩy và xui khiến người khác phải lắng nghe - trong giao tiếp của mình.

Để có thể thành công hơn, có một công việc tốt hơn với nhiều mối quan hệ giá trị, mỗi người cần có kỹ năng dùng cảm xúc để chuyển hóa thái độ thành hành động một cách đúng đắn. Nếu không, chốn công sở thân thương của chúng ta sẽ ngập ngụa trong những mớ bòng bong xung đột và mâu thuẫn, gây ảnh hưởng tiêu cực lên cả ông chủ, nhân viên lẫn công việc.

Việc thành thạo kỹ năng Thôi Miên Cảm Xúc sẽ mang lại cho bạn những lợi ích và ưu thế cạnh tranh vô giá trong công việc cũng như trên thương trường. Sau đây là Ba Ý Tưởng Quan Trọng sẽ giúp bạn thành công:

1. Hạn chế xung đột

Xung đột tính cách chỉ xảy ra khi có ít nhất hai tính cách riêng biệt đang tương tác với nhau. Lời nói hoặc hành động của người này hoặc người kia đánh trúng Tử Huyệt Cảm Xúc của đối phương, theo cách tích cực lẫn tiêu cực, hoặc không trúng Tử Huyệt nào cả, gây ra tình trạng chẳng ai chịu nghe ai.

Như tôi đã nói, một khi chúng ta thích những gì người kia nói vì chúng đánh động được cảm xúc của chúng ta một cách tích cực, chúng ta sẽ có xu hướng thích cả người đó. Còn một khi chúng ta không thích những phát ngôn hoặc hành động của ai đó, chúng ta cũng ghét lây chủ nhân và có xu hướng chống đối họ một cách cảm tính. Khi đó, chúng ta "nghe nhưng không lắng nghe", bất kể người kia có mở miệng nói hay không!

Theo thời gian, khi một người cấp trên thường xuyên trách mắng và liên tục động chạm đến những điểm yếu cảm xúc của chúng ta, những cảm nhận bên trong chúng ta càng lúc càng bị "đầu độc", và xung đột chẳng chóng thì chày cũng sẽ xảy ra. Thú vị ở chỗ, hầu hết những xung đột tính cách nơi công sở thường xuất phát từ những lý do vặt vãnh hơn bạn tưởng!

Vincent là một viên quản lý với thân hình vạm vỡ và chiều cao trên thước tám. Anh làm việc cho một văn phòng phân phối có tiếng ở New York gần tám năm.

Một trong những thuộc cấp của anh là R., một nhân viên mẫn cán chỉ cao chừng thước sáu.

Vincent có sở thích trêu chọc chiều cao khiêm tốn của R. bằng những biệt danh khó nghe như "Quý Ngài Tôm Tép", "Nấm Lùn", "Người Mẩu", "Còi Xương Suy Dinh Dưỡng", bất chấp bao nhiêu lần R. yêu cầu lịch sự lẫn van nài anh ngừng ngay trò đó. R. phải chịu đựng hành vi này của Vincent gần như mỗi ngày trước mặt bao nhiêu nhân viên khác trong công ty.

R. thực sự căm giận ông sếp mặc dù Vincent cho rằng mình chỉ "đùa một chút cho vui." Như nhiều người đàn ông có chiều cao khiêm tốn khác, ngay từ nhỏ R. đã thường xuyên bị người khác trêu chọc, ức hiếp, và điều này vẫn tiếp diễn ngay cả khi anh đã ngoài 30. Là người trầm tính, anh chỉ phản ứng bằng cách nén giận trong lòng, chẳng nói chẳng rằng và tập trung vào công việc. Do phải thường xuyên dồn nén những cảm xúc tiêu cực, R. thường mắc sai sót trong công việc, bị Vincent phát hiện và phê bình trước công ty.

Những khi vị giám đốc điều hành đến kiểm tra văn phòng, ông ta cũng nghe nói về tình trạng Vincent hay trêu chọc R. và thường xuyên yêu cầu viên quản lý dừng ngay trò này.

"Tôi chỉ đùa cho vui ấy mà," Vincent bao biện. "Một chút hài hước cho nơi làm việc bớt nhàm chán. Sếp đừng lo. Tôi và R. vẫn ổn!"

Nhiều ngày trôi qua, Vincent vẫn không bỏ được thói xấu cũ, tiếp tục oang oang những "Nấm Lùn", "Giun Dế", "Chân Ngắn" cho cả phòng cùng nghe mỗi khi R. xuất hiện.

Một buổi chiều nọ, R. quyết định không nhịn nhục nữa. Chờ cho tất cả những nhân viên khác ra về hết, anh đến gặp Vincent và yêu cầu sếp mình chấm dứt ngay trò trêu chọc.

Khi Vincent từ chối lời yêu cầu bằng một điệu cười xấc xược, anh ta được R. tặng cho một quả đấm vào mặt. Vincent ngã sõng soài với một con mắt bầm đen.

Tức giận, Vincent thề sẽ báo cáo cấp trên đuổi việc R. ngay ngày hôm sau.

Khi anh ta yêu cầu vị giám đốc điều hành cho R. nghỉ việc, anh ta bị "dội ngay một gáo nước lạnh."

"Xin lỗi anh nhé, Vincent," vị giám đốc điều hành tuyên bố chắc nịch. "R. sẽ ở lại, và anh sẽ phải đi. Chính anh là người gây chuyện, và anh vừa chứng tỏ rằng anh không phải là một quản lý tốt như chúng tôi mong đợi!" Sau đó, vị giám đốc đang ngồi bỗng đứng lên, rướn thẳng người hết sức có thể. "Anh không còn làm việc ở đây nữa, nên tôi cho anh cơ hội được nhìn tôi rõ hơn. Thấy không?"

Trong lúc Vincent còn đang như hóa đá, vị giám đốc tiếp lời: "Tôi thậm chí còn thấp hơn cả R., nhưng vì anh quá mải mê chọc ghẹo R., đến nỗi chẳng nhận ra chiều cao của tôi!"

Câu chuyện trên được chính vị giám đốc đó kể cho tôi nghe.

Chỉ một xung đột tính cách nho nhỏ là có thể dẫn đến hàng loạt thiệt hại, từ những cảm xúc tiêu cực bị dồn nén, giảm lương, mất việc, bệnh tật, cho đến sự sa sút về mặt tinh thần, gia đình lục đục và những mối quan hệ đổ vỡ. Xung đột tính cách nghiêm trọng như thế, sao nhiều người trong chúng ta cứ là nạn nhân của nó?

Bất kể chúng ta là ai, là Nhân viên, Quản lý, Giám đốc hay Chuyên gia, tất cả chúng ta đều có thể nổi nóng. Trong khi thực tế, hầu hết các vụ việc gây ra do "nóng trong người" đều không đáng phải xảy ra.

Hãy đọc thật kỹ Chương 9 để hiểu rõ và thành thạo kỹ năng đặt câu hỏi trong giao tiếp Thôi Miên Cảm Xúc. Rèn luyện kỹ năng sử dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc để giải quyết những xung đột bất đồng trong Chương 10. Luyện tập thường xuyên để những kỹ năng này trở thành một phần quan trọng trong tính cách và phản xạ của bạn. Hãy luôn trang bị chúng trong mọi mối quan hệ và tình huống giao tiếp!

Hãy hạn chế tối đa xung đột, mâu thuẫn nơi công sở!

Những xung đột này không chỉ khiến bạn đánh mất sự tôn trọng từ người khác, bỏ lỡ nhiều cơ hội thăng tiến mà còn làm giảm uy tín và khả năng thuyết phục của bạn.

2. Nhận diện những người hòa hợp với mình về cảm xúc

Tất cả nhân viên trong công ty đều là con người. Các quản lý, giám đốc điều hành và khách hàng cũng là con người.

Là con người, chúng ta luôn mang theo mình những nỗi lo toan, bận tâm gắn liền với Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc. Nếu chúng ta muốn có công việc ổn định, làm việc hiệu quả và phòng tránh tối đa những mâu thuẫn không đáng có nơi công sở, chúng ta cần phải nhận diện và tôn trọng lẫn nhau, rằng chúng ta là những cá nhân riêng biệt, không ai giống ai.

Mặc dù bạn hoàn toàn có thể duy trì được công việc của mình bằng cách tỏ ra "biết điều", "thân thiện" và "tốt tính", đây chỉ là những giải pháp chung chung tạm thời. Nguồn gốc của mọi mâu thuẫn, xung đột giữa con người với nhau đều xuất phát từ những sự khác nhau về cảm xúc - tức "cảm nhận" của mỗi người!

Chẳng hạn, một lời phê bình riêng tư nhẹ nhàng lại có thể là một "quả bom nguyên tử" đối với một Người Vị Danh. Vì sao ư? Vì những Người Vị Danh nhạy cảm với sự phê bình, chê bai gấp nhiều lần so với những người khác!

Nếu bạn muốn có chỗ đứng vững chãi trong công việc hoặc sự nghiệp, đừng bao giờ nghĩ rằng mình phải biết nịnh hót, bợ đỡ hoặc cúi đầu "gọi dạ bảo vâng" mới là đúng. Không tin ư? Cứ thử nịnh bợ những người đàn ông hoặc phụ nữ có Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo là Bản Thân, Tiền Bạc hoặc Tình Yêu xem.

Trò đó vừa không có tác dụng, vừa khiến bạn có nguy cơ xấu hổ ê chề!

Thậm chí, nhiều Người Vị Danh thường ngày thích được khen ngợi, tâng bốc cũng vẫn đủ nhạy để phát hiện ra những lời nịnh hót giả tạo!

Mọi con người bạn tương tác - từ nhân viên, đồng nghiệp, quản lý hoặc cấp trên - đều có độ nhạy nhất định với Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc. Tuy nhiên, sẽ luôn có một Tử Huyệt mà họ nhạy hơn những cái khác.

Đó là cái nào?

Bạn có đang phải thuyết phục một người có Tử Huyệt chủ đạo là Bản Thân? Hay đó là một Người Lãng Mạn? Người đó quan tâm đến Tiền Bạc? Hay Danh Tiếng? Cái nào trong số đó là Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của họ?

Khám phá ra nó ngay!

Khả năng bạn được đề bạt hoặc thăng tiến trong sự nghiệp phụ

thuộc vào điều này! Sự hòa hợp giữa cấp trên và nhân viên, giữa bạn và sếp của bạn, cũng như giữa mọi người trong công ty sẽ phụ thuộc vào điều này!

Tôi có một học viên tên L., làm việc trong một cửa hàng nội thất được gần năm năm. B., ông chủ của L., là một người đàn ông phiền phức và hay âu lo. Một mình ông ta tích trữ trong nhà cơ man nào là quần áo đi mưa, áo khoác, áo gió và thuốc bổ. Nhiều hơn bất kỳ gia đình nào khác.

L. kể rằng anh cùng mấy nhân viên khác trong cửa hàng thường hay buôn chuyện và trêu đùa về nỗi sợ bệnh tật của ông B. Mãi đến khi tham gia khóa học Thôi Miên Cảm Xúc của tôi, L. mới khám phá ra rằng những hành động và thói quen "lo bò trắng răng" đến buồn cười của ông B. là những dấu hiệu cho thấy Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của ông chính là Bản Thân.

Một khi nhận diện được điều đó, mối quan hệ giữa L. và ông chủ của mình trở nên hòa hợp hơn hẳn. L. tranh thủ phụ giúp ông B. mỗi khi công việc khó khăn hoặc dồn dập.

"Sếp đã có quá nhiều việc phải lo lắng rồi," L. nói với ông B., "Để em phụ sếp một tay, đỡ được việc nào hay việc ấy!"

Dần dà, L. càng lúc càng cảm thấy yêu công việc của mình hơn. Anh trở nên chủ động, quyết đoán và tinh tế hơn mỗi khi giao tiếp với ông B. và mọi người xung quanh.

Và ông B. cũng chẳng mất nhiều thời gian để nhận ra sự tiến bộ của anh. Ông ấn tượng với sự nhiệt tình của L. Nhờ đó, ông có nhiều cơ hội quan sát cách làm việc và năng lực của anh. Và ông rất hài lòng khi nhận thấy rằng L. có nhiều tiềm năng trở thành một người điều hành giỏi.

Ông B. yêu Bản Thân rất tự hào khi có được một người nhân viên nhiều kinh nghiệm, nhiệt tình và chu đáo như L., người "giúp tôi giải tỏa được rất nhiều gánh nặng công việc!"

L. nhanh chóng được cất nhắc lên vị trí quản lý với mức lương tăng vọt và một chức danh đáng mơ ước. Tất cả chỉ nhờ vào việc anh đã nhận diện được Tử Huyệt Cảm Xúc của sếp mình!

Và cũng nhờ đó, cả anh lẫn ông chủ của mình đều có lợi!

Bạn chẳng thể nào có được một công việc tốt, được tăng lương hay thăng chức nếu không biết cách khiến cho người khác phải lắng

nghe mình. Người khác chỉ lắng nghe bạn khi tâm trí của họ được xâm nhập thành công và khi những mối quan tâm, lo lắng của họ được giải tỏa. Việc vận dụng chính xác những Tử Huyệt Cảm Xúc trong lời nói và hành động sẽ giúp bạn khai mở tâm trí của bất kỳ ai, kể cả những cái đầu cố chấp, bảo thủ nhất.

Công việc, sự nghiệp của bạn cũng như thương trường, có hằng hà sa số những cơ hội cho bạn áp dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc để khiến ai đó phải lắng nghe nhằm đạt được mục đích bạn mong muốn. Nếu bạn làm việc dưới quyền một người quản lý Vị Lợi, chỉ những việc đơn giản như sự đúng giờ, thói quen tiết kiệm từng giây từng phút cũng như tiết kiệm từng giọt mực trong máy in hoặc từng kilowatt giờ sử dụng điện cũng đủ để bạn gây ấn tượng với viên quản lý này rồi.

Đối với một đối tác Vị Danh, một lời khen chân thành, một câu đảm bảo hoặc một sự trân trọng tinh tế là những thứ sẽ giúp bạn chiếm được thiện cảm của họ, có được lợi thế cạnh tranh hoặc dễ dàng ký được nhiều bản hợp đồng có giá trị. Còn đối với một Người Lãng Mạn, sự hấp dẫn về mặt giới tính, những Trải Nghiệm Mới hoặc một Lời hứa hẹn Tương Lai khả thi sẽ khiến họ phải biết mặt nhớ tên bạn hơn cũng như giúp bạn gia tăng kỹ năng thuyết phục và khẳng định được cá tính của bản thân.

Bạn - và tất cả mọi người quanh bạn - sẽ luôn phản ứng trước những câu chuyện hoặc những cuộc giao tiếp liên quan đến những điều bạn quan tâm hoặc khai mở được những cảm nhận thầm kín bên trong bạn.

Hãy tự tin vào chính mình! Rèn luyện kỹ năng giao tiếp cho bản thân bằng cách đọc đi đọc lại các chương sách để nhận diện được từng điểm yếu trong Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc của bất kỳ ai! Hãy quan sát thật khách quan những lời nói, hành động, vẻ ngoài, thái độ và những dấu hiệu giao tiếp khác của đối phương để nhìn thấu họ!

Hãy nhận diện cảm xúc của những con người đang làm việc cùng bạn!

Rồi bạn sẽ được họ tôn trọng và yêu quý, kể cả khi phải đưa ra những quyết định quan trọng, chẳng hạn như đề bạt hoặc thăng chức!

3. Ghi chú lại và dựa vào đó để hành động

Tất cả những người giao tiếp với bạn đều bận rộn. Và bạn cũng

vậy.

Trong khi Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc sẽ giúp bạn xâm nhập tâm trí của người đối diện và khiến họ lắng nghe bạn, nhưng người đó chưa chắc có đủ khả năng Thôi Miên Cảm Xúc để làm bạn lắng nghe. Kết quả là, bạn tỏ ra lắng nghe, nhưng thực chất chẳng nghe được bao nhiêu!

Tại sao phải gồng mình để nhớ hết mọi thông tin, trong khi bạn có thể làm một việc đơn giản hơn nhiều là ghi chú.

• Luôn thủ sẵn bên mình một cuốn sổ tay và cây viết;

• Ghi chú lại những điều quan trọng mà bạn được tiếp nhận trong ngày, từ những chỉ dẫn công việc cho đến những ý tưởng kinh doanh để dễ bề hành động khi cần;

• Viết xong hẳn một ý rồi mới chuyển qua viết tiếp ý khác.

Thói quen ghi chú giúp bạn tiết kiệm thời gian, hạn chế sai sót và mâu thuẫn cũng như làm việc hiệu quả hơn hẳn.

Nếu sếp hoặc quản lý của bạn là một người tinh tế và quan tâm đến hiệu quả công việc, thói quen cẩn thận và ghi chú sẽ giúp bạn dễ nổi bật - bước đầu tiên đơn giản để bạn được cấp trên để ý và dễ có cơ hội thăng tiến!

Hãy ghi chú lại và dựa vào đó để hành xử hợp lý!

Thói quen này giúp bạn tạo thêm giá trị cho công việc của mình, trở nên tự chủ hơn, nâng cao kỹ năng quản lý công việc và dễ tạo hiệu ứng Thôi Miên Cảm Xúc trong giao tiếp, khiến mọi người yêu quý mình hơn.

Hãy tổng hòa và áp dụng Ba Ý Tưởng Quan Trọng trên để bạn thành công hơn trong công việc:

1. Hạn chế xung đột;

2. Nhận diện những người hòa hợp với mình về cảm xúc;

3. Ghi chú lại và dựa vào đó để hành động.

Bất kể bạn là ai hay làm nghề gì, ba ý tưởng trên sẽ giúp:

1. Công việc của bạn tiến triển hơn;

2. Nâng cao khả năng thuyết phục của bạn;

3. Thành công hơn trong việc quản lý con người;

4. Phát huy tính chủ động và óc sáng tạo;

5. Thuyết phục cấp trên cất nhắc bạn.

Dù bạn làm bất kỳ công việc hay nghề gì, bạn cũng luôn phải giao tiếp. Lần nữa, hiệu ứng Thôi Miên Cảm Xúc trong lời nói và hành động của bạn chính là chiếc chìa khóa để bạn vươn đến thành công và hạnh phúc cá nhân.

Quý ông V. là một bác sĩ nhãn khoa chuyên về kính áp tròng. Ông có nhiều khách hàng là người nổi tiếng trong giới văn nghệ sĩ. Đối với những người này, ngoại hình là mối quan tâm số một, và kính áp tròng là một trong những công cụ làm đẹp yêu thích của họ. Đối với họ, Danh Tiếng quan trọng hơn chi phí đeo kính áp tròng cũng như mọi nhu cầu khác.

Tuy vậy, bác sĩ V. cũng có nhiều khách hàng không thuộc giới showbiz. Họ tìm đến ông do được người khác giới thiệu hoặc vì nhiều lý do khác. Với những khách hàng là người bình thường như thế này, bác sĩ V. gặp rất nhiều khó khăn trong việc trình bày những ưu điểm của kính áp tròng nhằm thuyết phục họ chọn kính áp tròng thay cho cặp kính bình thường họ đang đeo.

Bình thường, hẳn là không dễ dàng tí nào để thay đổi thói quen của một người, nhưng bạn hoàn toàn có thể làm được điều đó... chỉ bằng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc.

Với những bệnh nhân lần đầu đến khám mắt, bác sĩ V. yêu cầu họ đọc vài dòng chữ trên bảng kiểm tra thị lực khi họ vẫn đang đeo kính của mình. Trong lúc bệnh nhân đang chăm chú đọc, bác sĩ V. nhẹ nhàng tháo kính của bệnh nhân và ôn tồn nói: "Anh/chị có muốn đọc được những dòng chữ kia một cách rõ ràng, chính xác mà không cần phải đeo cặp kính nặng nề này?"

Hiển nhiên, bệnh nhân gật đầu ngay.

"Mọi chuyện đều có thể," bác sĩ V. đảm bảo, "khi anh/chị đeo kính áp tròng! Chúng rất thuận tiện và dễ đeo!"

Chỉ bằng một hành động nhỏ đi kèm với hai câu nói, bác sĩ V. đã thuyết phục được bệnh nhân của mình chọn kính áp tròng thay cho kính gọng! Câu hỏi "Anh/chị có muốn đọc được những dòng

chữ kia một cách rõ ràng, chính xác mà không cần phải đeo cặp kính nặng nề này?" là một Lời hứa hẹn Tương Lai hấp dẫn, được vị bác sĩ thốt ra một cách ôn tồn và đúng thời điểm, thế là ông nhận được câu trả lời mình mong muốn từ phía bệnh nhân. Câu hỏi đó nhắm đúng vào Tử Huyệt Bản Thân - khao khát được nhìn rõ hơn của các bệnh nhân đến khám mắt, và đây cũng chính là Tử Huyệt chủ đạo của họ.

Chỉ khi bạn khiến cho người đối diện phải lắng nghe mình, bạn mới có cơ may thuyết phục được họ. Việc đối phương có lắng nghe bạn hay không, không liên quan gì đến vấn đề lãng tai, mà nó là kết quả của một hiệu ứng Thôi Miên Cảm Xúc được tạo ra một cách chính xác và đúng thời điểm.

Warren là một học viên của tôi. Anh làm việc trong một đại lý kinh doanh các thiết bị tai nghe và trợ thính. Anh tâm sự với tôi rằng, mặc dù công nghệ sản xuất thiết bị trợ thính ngày nay rất phát triển, nhưng nhiều người có nhu cầu trợ thính vẫn không chịu sử dụng chúng.

Lạ nhỉ?

Lý do, nếu họ đeo máy trợ thính, người ngoài nhìn vào sẽ biết ngay là họ bị điếc, và họ không muốn như thế!

Vì lẽ đó mà Warren đã lỡ mất rất nhiều khách hàng tiềm năng, những người mà anh không thể thuyết phục họ từ bỏ nỗi sợ không đáng có đó.

Hãy nhớ, đối phương không bị bạn thuyết phục và đổi ý chỉ có thể là do bạn chưa thực sự xâm nhập được tâm trí của họ với một Tử Huyệt Cảm Xúc phù hợp!

Sau khi tham gia khóa học Thôi Miên Cảm Xúc của tôi, Warren đã tự tin hơn vào khả năng giao tiếp của mình, và anh ứng dụng ngay kiến thức vừa học để hiểu khách hàng hơn. Anh dùng trí tưởng tượng để thiết kế ra một cách thức giúp anh đập tan nỗi sợ của khách hàng một cách hiệu quả và bất ngờ.

Đầu tiên, anh kiểm tra thính lực của một người lãng tai chưa bao giờ dùng đến máy trợ thính.

"Tôi có vài tin tốt lành cho anh đây," Warren tuyên bố với một chất giọng đủ to để khách hàng có thể nghe rõ.

"Tin tốt lành sao?"

“Đúng vậy. Anh không bị điếc!”

“Tôi không bị điếc à?”

“Không hề. Người ta chỉ điếc khi không chịu dùng máy trợ thính mà thôi!”

Ngay sau câu nói đó của Warren, người khách hàng thở phào nhẹ nhõm và lựa ngay một cặp thiết bị trợ thính ưng ý.

Câu nói “Người ta chỉ điếc khi không chịu dùng máy trợ thính mà thôi!” của Warren đã ngay lập tức xua tan nỗi sợ bị người khác phát hiện ra mình điếc của vị khách nọ. Nó khai thông tâm trí của người khách và giúp họ nhận ra lợi ích của việc dùng máy trợ thính.

Nhằm đánh trúng vào nhu cầu của khách hàng, Warren đã sử dụng những câu nói có tính chất Danh Tiếng để tác động vào một khát khao mang tính Bản Thân của khách hàng, tức mong ước cải thiện thính lực để có một cuộc sống tốt hơn!

Z. là một học viên khác của tôi. Là giám đốc điều hành của một doanh nghiệp nọ, Z. đã quá mệt mỏi với tình trạng các quản lý dưới quyền liên tục hỏi ý kiến anh trong những công việc mà họ thừa sức tự đưa ra quyết định. Anh muốn giảm bớt tình trạng này vì nhu cầu Bản Thân: để đầu óc được thư giãn và có nhiều thời gian yên tĩnh hơn giữa đống trách nhiệm bộn bề mà một giám đốc điều hành như anh phải đảm nhiệm. Thế là anh áp dụng kiến thức về Tử Huyệt Danh Tiếng để tìm ra một giải pháp không chê vào đâu được.

Mỗi khi các quản lý dưới quyền đến gặp anh để xin ý kiến về những việc mà họ hoàn toàn có thẩm quyền quyết định, Z. trả lời ngắn gọn rằng: “Hãy giải quyết công việc theo cách mà anh cho là tốt nhất - và đó là điều tôi cần!”

Z. kể tôi nghe rằng câu nói “Hãy giải quyết công việc theo cách mà anh cho là tốt nhất - và đó là điều tôi cần!” hiệu quả đến nỗi nó khuyến khích các cấp dưới của anh nỗ lực làm việc chăm chỉ hơn để chứng minh cho anh thấy rằng đó chính là những giải pháp tốt nhất mà anh yêu cầu!

Trong mọi mối quan hệ giữa con người với con người, chúng ta tương tác với thái độ của nhau bằng hành động. Dù là bạn đang tìm kiếm một công việc mới hay đang chứng tỏ năng lực với người chủ hiện tại, người mà chúng ta có thể làm họ vui lòng hơn

cũng sẽ là người có lợi cho chúng ta nhất!

Bạn có biết đâu là một từ vô cùng quan trọng có thể giúp bạn chiến thắng trong quá trình phỏng vấn xin việc nhưng lại bị phần lớn các ứng viên bỏ quên? Đó chính là từ "nhận xét".

Nhận xét của ai?

Của người phỏng vấn hoặc nhà tuyển dụng chứ còn ai!

Hầu hết các vị trí được tuyển dụng dựa trên tính cách của ứng viên nhiều hơn là năng lực hay kinh nghiệm của họ. Một khi nhà tuyển dụng đã bị Thôi Miên Cảm Xúc bằng những câu trả lời và hành động thuyết phục của bạn, thì dù bạn có hạn chế về năng lực hay kinh nghiệm đi chăng nữa, nhà tuyển dụng vẫn có thể nhận xét rằng: "Anh X tuy không đáp ứng số năm kinh nghiệm mà chúng tôi yêu cầu nhưng bù lại, anh xử lý tình huống rất lanh lợi và thông minh. Anh ta có một tính cách tốt và dễ hòa đồng, rất có ích cho công ty chúng ta!"

Hãy nhớ, nhà tuyển dụng cũng là con người, dù đó là một ông sếp hay một nhân viên cấp dưới. Họ là những con người có cảm xúc và cảm nhận, và tâm trí của họ cũng bận rộn như bạn.

Cuộc cạnh tranh tìm kiếm công việc ưng ý thực chất là một cuộc đua xem ai mới là người xâm nhập thành công vào tâm trí của nhà tuyển dụng. Chỉ cần bạn khiến họ phải chú ý lắng nghe mình bằng những ngôn từ Thôi Miên Cảm Xúc phù hợp, bạn sẽ nắm trong tay quyền điều khiển cuộc phỏng vấn và tạo ra lợi thế cạnh tranh cho riêng mình!

Ethel là một học viên của tôi. Cô ấy là người hướng nội, rụt rè và mảnh khảnh. Tính cách ít nói và kiệm lời khiến cô rất khác biệt với phần đông phụ nữ. "Nhược điểm" này của Ethel khiến mọi người có ấn tượng ban đầu không tốt, rằng cô "lạnh lùng" và kém thân thiện.

Trước khi tham gia khóa học Thôi Miên Cảm Xúc, cô vừa từ bỏ một công việc lâu năm trong một doanh nghiệp lớn cũng chỉ vì xung đột tính cách với cấp trên. Là một người kỹ tính và cẩn trọng, Ethel muốn tìm một công việc mà ở đó cô có thể tổng hòa được cả sở thích lẫn kinh nghiệm mình đang có, nhưng đã năm tháng trôi qua mà cô vẫn chưa tìm được một vị trí ưng ý.

Sau khi hoàn tất khóa học, Ethel áp dụng những kiến thức về tâm trí con người và Thôi Miên Cảm Xúc để lên kế hoạch lại cho chiến

dịch tìm việc của mình hiệu quả hơn. Nhờ những lá thư xin việc lôi cuốn do cô viết, đã có bốn nơi hẹn cô đến phỏng vấn.

Một trong số bốn công ty đó là nơi mà cô mong muốn trúng tuyển nhất. Vị trí đó khá cạnh tranh, nên cô chuẩn bị cho mình một chiến lược Thôi Miên Cảm Xúc để tiếp cận nhà tuyển dụng.

Ngay khi được cho phép, cô đặt câu hỏi với nhà tuyển dụng: "Anh có biết rằng phụ nữ thường có tật nói nhiều?"

Nhà tuyển dụng gật đầu.

Ethel nở nụ cười. "Phụ nữ thường nói nhiều, nhưng tôi không nằm trong số đó!" Trong lúc nhà tuyển dụng đang hứng thú xem cô sẽ làm gì tiếp theo, cô lấy ra một tập giấy, viết tên mình, địa chỉ và số điện thoại trên đó: "Biệt danh của tôi là Ethel-Kiệm-Lời."

"Anh sẽ dễ nhớ biệt danh này của tôi mà, đúng chứ?" Cô hỏi nhà tuyển dụng và đưa cho anh ta tờ giấy mình vừa viết lên.

Nhà tuyển dụng cũng mỉm cười đáp lại: "Rất hân hạnh!"

"Anh có biết vì sao tôi phải yêu cầu anh điều này không?"

"Không, tôi không biết!"

"Vì nếu anh cho tôi trúng tuyển và giao phó công việc này cho tôi, anh sẽ thấy rằng Ethel-Kiệm-Lời sẽ tập trung hết sức để hoàn thành công việc một cách xuất sắc nhất có thể!"

Cô nàng Ethel-Kiệm-Lời vừa tạo ra một Trải Nghiệm Mới thú vị dành cho nhà tuyển dụng - một người đang rất mệt mỏi và ngán ngẩm với những ứng viên tẻ nhạt, vô vị. Cái biệt danh lạ tai đã khiến cho nhà tuyển dụng có ấn tượng khó phai về tên tuổi và những phẩm chất của cô.

Cô ấy đã cho anh ta một trải nghiệm cảm xúc mãn nhãn... và thế là cô trúng tuyển!

Ethel đã biến một nhược điểm cố hữu của mình thành ưu điểm trong cuộc cạnh tranh tìm kiếm việc làm!

Để phỏng vấn xin việc thành công, Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc chính là thứ vũ khí lợi hại nhất giúp bạn thuyết phục được nhà tuyển dụng, nhờ vào năm điểm sau:

1. Cạnh tranh tìm việc thực chất là một cuộc đua xem ai mới là

người xâm nhập thành công vào tâm trí của nhà tuyển dụng

Hãy chuẩn bị thật kỹ trước mỗi cuộc phỏng vấn, mà trong đó quan trọng nhất là chiến lược tiếp cận và gây ấn tượng với nhà tuyển dụng. Trước khi bạn đi phỏng vấn xin việc hoặc tham gia các buổi đàm phán quan trọng, hãy ôn lại và rút ra bài học từ những chương nói về Trải Nghiệm Mới trong cuốn sách này. Biết đâu vào một ngày nào đó, thậm chí là ngay ngày mai, những kiến thức này sẽ giúp mang lại cho bạn "công việc trong mơ" hoặc thành công trọn đời!

Nếu bạn có khiếm khuyết về cơ thể hoặc nhược điểm trong tính cách, hãy biến chúng thành những ưu điểm riêng có của bạn! Gắn kết chúng với cá tính riêng của bạn nhằm tạo nên Trải Nghiệm Mới đối với nhà tuyển dụng. Cô nàng Ethel rụt rè, ít nói đã thành công nhờ chứng minh cho nhà tuyển dụng thấy nhược điểm của mình sẽ mang lại giá trị to lớn cho công ty bằng câu nói "Ethel-Kiệm-Lời sẽ tập trung hết sức để hoàn thành công việc một cách xuất sắc nhất có thể!". Một học viên khác của tôi thì mắc phải tật nói ngọng, và điều này khiến cô gặp rất nhiều khó khăn trong quá trình tìm việc làm. Ấy vậy mà cô đã trúng tuyển vị trí quản lý kinh doanh của một khách sạn lớn ở New York nhờ tự tin khẳng định với nhà tuyển dụng rằng: "Tôi là người nói ngọng duy nhất đứng được vào hàng ngũ những nhà quản lý kinh doanh xuất sắc nhất của ngành công nghiệp khách sạn!"

Trải Nghiệm Mới làm bật lên lợi thế cạnh tranh của bạn, vì Trải Nghiệm Mới giúp bạn đột phá vào tâm trí của nhà tuyển dụng và khiến họ buộc phải nhớ đến bạn... chỉ bạn mà thôi!

2. Biến cuộc phỏng vấn xin việc thành một Trải Nghiệm Mới cho chính mình

Nếu như các nhà tuyển dụng luôn khao khát được thưởng thức vài Trải Nghiệm Mới để xóa tan sự nhàm chán tẻ nhạt trong công việc thường ngày của họ, thì bạn cũng vậy!

Hãy trông đợi và háo hức với buổi phỏng vấn xin việc của bạn như một chuyến nghỉ mát!

Nghĩ về nó như một thử thách cá nhân đáng tận hưởng! Đối mặt với nhà tuyển dụng một cách tự tin và vững vàng!

Hãy mỉm cười! Tin rằng mình luôn kiểm soát được mọi tình huống bằng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc và trí tưởng tượng linh hoạt - kể cả khi bạn phải đối mặt với người phỏng vấn khó

tính nhất mà bạn từng biết!

Một khi bạn nhìn nhận cuộc phỏng vấn xin việc như một Trải Nghiệm Mới thú vị đối với nhà tuyển dụng lẫn bản thân mình, bạn đã làm cho hiệu ứng của nó tăng gấp đôi, giúp cho phong thái và tính cách của bạn hiện ra sinh động và thuyết phục hơn bao giờ hết, hiển nhiên là cơ hội trúng tuyển sẽ càng cao!

3. Khiến cho nhà tuyển dụng phải trò chuyện theo cách của bạn - càng sớm càng tốt

Đừng chỉ ngồi trả lời câu hỏi một cách thụ động.

Hãy giữ vai trò chủ động trong buổi phỏng vấn và mạnh dạn phỏng vấn lại nhà tuyển dụng! Chỉ cần bạn tác động đúng Tử Huyệt Cảm Xúc của nhà tuyển dụng, họ sẽ thích bạn ngay lập tức!

Ngay khi được cho phép, hãy đặt câu hỏi với nhà tuyển dụng. Nhận được câu trả lời từ họ để dẫn dắt đến câu hỏi kế tiếp.

Hãy thuần thục những ưu thế và các nguyên tắc đặt câu hỏi từ các chương trước. Ứng dụng chúng ngay lúc này!

Hãy đọc lại câu chuyện của Ethel-Kiệm-Lời và xem cô ấy đã vận dụng các câu hỏi để điều khiển cuộc phỏng vấn theo ý mình muốn một cách hiệu nghiệm như thế nào! Hãy xem cách các câu hỏi của Ethel đã giúp cô ấy xâm nhập tâm trí bận rộn của nhà tuyển dụng kia, đóng dấu tên cô ấy trong đầu anh ta và dẫn dắt anh ta đến câu kết luận mà cô mong đợi!

Bạn đã thấy Ethel đảo ngược cuộc phỏng vấn và điều khiển nó một cách kỳ diệu: người đặt câu hỏi và hành động nhiều hơn lại chính là cô ấy, còn nhà tuyển dụng chỉ thụ động trả lời. Hãy nhớ, bạn là ứng viên đi xin việc, bạn cũng cần thông tin và các câu trả lời từ phía nhà tuyển dụng không thua gì những điều mà nhà tuyển dụng cần ở bạn.

Bạn sẽ nhận được câu trả lời ưng ý một khi bạn biết cách đặt đúng câu hỏi.

Hãy xui khiến nhà tuyển dụng trò chuyện và trả lời bạn càng nhiều càng tốt. Khi những ngôn từ và hành động của bạn gây ấn tượng tốt với họ, họ sẽ thích bạn hơn, nhớ bạn hơn những ứng viên khác và sẽ hành động như ý bạn muốn.

4. Duy trì sự chú ý của nhà tuyển dụng

Hãy vận dụng những hiệu ứng thị giác để minh họa những gì bạn nói và làm trong khả năng có thể! Điều này giúp bạn tạo thêm lợi thế khi tác động vào Tử Huyệt Bản Thân của nhà tuyển dụng.

Cũng như bao người khác, người phỏng vấn của bạn cũng có nhu cầu thích được nhìn hơn là chỉ nghe, vì như thế sẽ thú vị và đỡ nhàm chán hơn! Hãy mạnh dạn sử dụng những từ ngữ tượng thanh, tượng hình có tính chất miêu tả và phối hợp chúng với những động tác hoặc hành động minh họa.

Hẳn là bạn còn nhớ, Ethel-Kiệm-Lời không chỉ nói, mà cô còn hành động trong buổi phỏng vấn: lấy giấy bút ra ghi tên, địa chỉ và số điện thoại cá nhân của mình để minh họa trước mắt nhà tuyển dụng. Kế đến, cô ấy viết: "Biệt danh của tôi là Ethel-Kiệm-Lời" - thêm một sự minh họa ấn tượng dành cho nhà tuyển dụng. Sau cùng, cô ấy tự tay đưa tờ giấy có tên và thông tin của mình cho người phỏng vấn - một động tác minh họa không thừa.

Những động tác và chi tiết minh họa thị giác nho nhỏ này đã khiến cho nhà tuyển dụng phải hồi hộp chờ đợi và theo dõi xem Ethel sẽ làm gì kế tiếp; chúng cũng hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ điều khiển buổi phỏng vấn và duy trì sự chú ý của người phỏng vấn từ đầu đến cuối.

5. Dừng lại, quan sát và lắng nghe nhà tuyển dụng!

Hãy giao tiếp bằng cả đôi tai và đôi mắt của bạn! Hãy khiến cho người nghe phải thực sự chú ý và lắng nghe!

Với Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, bạn có thể điều phối bất kỳ cuộc giao tiếp hay phỏng vấn nào, dễ dàng tạo Trải Nghiệm Mới, thực hiện những hiệu ứng thị giác và động tác minh họa, đánh động Tử Huyệt Danh Tiếng bằng câu hỏi. Tất cả những kỹ năng này sẽ song hành cùng bạn!

Bên cạnh đó, hãy làm cho bản thân mình trở nên khéo léo và hiệu quả hơn nữa trong giao tiếp với đề xuất sau của tôi:

Bạn cảm nhận như thế nào khi quan sát ngoại hình của nhà tuyển dụng, bàn làm việc, những hành vi và cử chỉ cá nhân của ông ta hoặc bà ta? Trong khi bạn đang trả lời, người phỏng vấn có hay mất tập trung thông qua những biểu cảm khó hiểu, những ý kiến hoặc nhận xét ngẫu nhiên của họ? Ông ta hoặc bà ta có thường xuyên cắt ngang lời của bạn?

Hãy nhận diện cảm xúc của họ thông qua các dấu hiệu của Bộ Tứ

Tử Huyệt Cảm Xúc!

Có dấu hiệu nào cho thấy nhà tuyển dụng là một Người Vị Lợi? hay Người Lãng Mạn? Hoặc có dấu hiệu nào cho thấy họ có một sự quan tâm hoặc ám ảnh đặc biệt đối với Bản Thân hoặc Danh Tiếng với tư cách là những Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo?

Sau khi quan sát xong, dừng lại ngay lập tức!

Giờ là lúc dẫn dắt. Bạn hãy kết thúc câu trả lời của mình cho câu hỏi của nhà tuyển dụng bằng một hoặc hai câu hỏi của cá nhân bạn. Những nhận xét của nhà tuyển dụng có ăn khớp với ấn tượng của bạn về họ qua những dấu hiệu về Tử Huyệt Cảm Xúc mà bạn vừa quan sát hay không?

Nếu chúng không khớp với những gì bạn nghĩ, mà bạn thì cũng không có nhiều thời gian, hãy tiếp tục trung thành với chiến lược sử dụng Trải Nghiệm Mới, những hiệu ứng thị giác tác động vào Tử Huyệt Bản Thân của nhà tuyển dụng và những câu hỏi khéo léo khuấy động Tử Huyệt Danh Tiếng của họ.

Còn nếu những phản hồi của nhà tuyển dụng khớp với những ấn tượng của bạn về họ, giờ là lúc cao trào! Hãy tập trung sử dụng những lời nói và hành động có tính chất đánh động Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo mà bạn quan sát được ở nhà tuyển dụng. Hãy biến chúng thành đòn quyết định của bạn trong cuộc phỏng vấn!

Bạn còn nhớ cậu học viên William của tôi, người đã phỏng vấn xin việc thành công vào chức trợ lý tổng giám đốc của một tập đoàn cỡ trung nọ? Vị tổng giám đốc đã tuyên bố rằng mình "không cần một trợ lý." Ông ta khẳng định với William rằng, "Sức khỏe của tôi rất tốt. Tôi đã một tay gây dựng cơ đồ này, và người duy nhất nghĩ tôi không nên cố gắng ôm đồm hết mọi việc là vợ tôi. Nhưng như tôi đã nói, tôi không e ngại việc phải có mặt ở văn phòng mười bảy tiếng mỗi ngày để hoàn tất công việc."

Tình huống khó khăn là thế, nhưng cuối cùng, William vẫn lật ngược được thế cờ một cách ngoạn mục nhờ tác động vào đúng Tử Huyệt của vị tổng giám đốc. Ông ta không thiếu Tiền Bạc; Tình Yêu và Danh Tiếng cũng chẳng quan trọng với ông. Do vậy, Tử Huyệt chủ đạo của ông ta chỉ có thể là cái còn lại, Bản Thân.

William đã hỏi rằng: "Anh có biết 60% tổng số tài sản của Hoa Kỳ đang nằm trong tay các góa phụ?"

Vị tổng giám đốc bị bất ngờ và có phản ứng ngay với câu hỏi đó...

và thế là William được chọn trở thành trợ lý của ông ta!

Dù bạn là một ứng viên đi xin việc, nhà tuyển dụng, hay một nhân viên bán hàng, hãy tập thói quen dừng lại, nhìn thật kỹ và lắng nghe đối tượng giao tiếp của mình. Hãy thận trọng và tinh tế - mọi cử chỉ, lời nói và hành động của họ sẽ bộc lộ cho bạn thấy Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của họ!

Tất cả mọi người - trong đó có nhà tuyển dụng của bạn - đều có một Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo nằm đâu đó trong Bộ Tứ!

Hãy dừng lại! Quan sát và tìm ra nó!

Tóm lại, đây chính là Năm Lời Khuyên Hiệu Nghiệm giúp bạn phỏng vấn xin việc thành công:

1. Cạnh tranh tìm việc thực chất là một cuộc đua xem ai mới là người xâm nhập thành công vào tâm trí của nhà tuyển dụng;

2. Biến cuộc phỏng vấn xin việc thành một Trải Nghiệm Mới cho chính mình;

3. Khiến cho nhà tuyển dụng phải trò chuyện theo cách của bạn - càng sớm càng tốt;

4. Duy trì sự chú ý của nhà tuyển dụng;

5. Dừng lại, quan sát và lắng nghe nhà tuyển dụng.

Bạn càng nghiền ngẫm và luyện tập năm lời khuyên trên, bạn sẽ càng nhận ra chúng hiệu nghiệm như thế nào.

Trong một cuộc phỏng vấn bất kỳ, dù là phỏng vấn xin việc hay đề nghị tăng lương hoặc thăng chức, luôn có ít nhất hai người bận rộn: người nói và người nghe. Cả hai người đều cố thủ trong mình những suy nghĩ và sự đề phòng nhất định khiến cho sự tập trung lắng nghe đối phương bị hạn chế.

Thôi Miên Cảm Xúc - khả năng xui khiến người khác và làm cho họ phải lắng nghe mình - sẽ giúp bạn phá tan rào cản trên, thiết lập lợi thế cạnh tranh cũng như sự tôn trọng và thấu hiểu lẫn nhau giữa người nói và người nghe.

Nó, là chìa khóa giúp bạn có được công việc tốt, được tăng lương và thăng chức. Nó, vừa là nghệ thuật bán hàng đỉnh cao, vừa là nhân tố quyết định sự hòa hợp giữa cấp trên và thuộc cấp, giữa

quản lý và nhân viên.

Nó, chính là Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc - “bí mật diệu kỳ” của mọi mối quan hệ thành công!

Chương 14
THÔI MIÊN CẢM XÚC BẰNG GIỌNG NÓI

Những lời nói và hành động của bạn có thể khiến người khác lắng nghe hay không, không chỉ phụ thuộc vào chiến lược tiếp cận và nội dung giao tiếp của bạn, mà còn có tác động không nhỏ từ giọng nói!

Hãy nói câu: "Nói tôi nghe xem - Ngay bây giờ!"

Bạn hãy lặp lại câu trên một hoặc hai lần.

Sau đó, bạn hãy thử lặp lại câu trên theo nhiều cách khác nhau. Hãy nói:

"Nói tôi nghe xem - Ngay bây giờ!" một cách sợ hãi.

Hãy nói câu đó một cách chần chừ.

Hãy nói một cách giận dữ.

Hãy nói một cách nghiêm chỉnh.

Hãy nói một cách giễu cợt.

Hãy nói một cách phẫn nộ tột đỉnh.

Hãy nói câu đó một cách đầy niềm tin và hy vọng.

"Nói tôi nghe xem - Ngay bây giờ!"

Tưởng tượng mình đang nói câu trên theo nhiều cách khác nhau trong một khán phòng, trên sân khấu của một nhà hát lớn có ban

công, nói trước một nhóm ba người nghe đang đứng cách xa bạn chừng hai thước, nói với một người cao lớn hơn bạn và đứng cách bạn chỉ một thước.

Hãy thì thầm:

“Nói tôi nghe xem - Ngay bây giờ!”

Với một người mà bạn đang muốn trao một nụ hôn, trong khi khuôn mặt của chàng trai hoặc cô nàng đó chỉ cách bờ môi của bạn vài centimet!

Bạn đã thấy giọng nói của mình khi biến đổi trong cảm xúc có thể kỳ diệu như thế nào rồi chứ?

Cùng một câu nói, nhưng nó có thể biến đổi tùy theo từng tình huống khác nhau!

Bây giờ, hãy nói câu sau hai lần:

“Ôi Jack. Làm ơn đừng hôn em!”

Không quên thêm vào đó sự tưởng tượng lãng mạn nhé:

Hãy hình dung bạn là một cô nàng xinh đẹp. Và bạn trai của bạn muốn trao nụ hôn đầu tiên cho bạn. Bạn thực sự muốn được anh ấy hôn. Cả hai người đang ở cùng nhau, riêng tư.

Hãy nói câu trên thật rõ ràng và lặp đi lặp lại vài lần; bỏ từ cuối cùng sau mỗi lần lặp:

“Ôi Jack. Làm ơn đừng hôn em!”

“Ôi Jack. Làm ơn đừng hôn...!”

“Ôi Jack. Làm ơn đừng...!”

“Ôi Jack. Làm ơn...!”

“Ôi Jack!”

“Ôi...!”

Mỗi từ bạn phát ra có cường độ (độ to của âm thanh) giống nhau hay khác nhau? Với mỗi câu, bạn có thay đổi hoặc điều chỉnh tông giọng để tăng hiệu quả về mặt cảm xúc khi truyền đạt lời nói hay không?

Bạn thấy đấy, một giọng nói truyền cảm phải có đầy đủ:

K: Kiểm soát (độ to của âm thanh).

S: Sắc thái (cảm xúc trong lời nói).

R: Rõ ràng (phát âm rõ ràng).

Hãy nhớ nguyên tắc "KSR".

Chúng sẽ giúp bạn tạo được hiệu ứng Thôi Miên Cảm Xúc bằng giọng nói.

Giọng nói của bạn là một nhạc cụ quyền năng. Tùy vào cách bạn chơi nhạc cụ này, nó sẽ khiến cho người nghe thích thú hay đau khổ.

Kreisler[41], Heifetz[42] và Stern[43] đều là những nghệ sĩ vĩ cầm vĩ đại, nhưng gã Jim-hàng-xóm có thói quen chơi-nhạc-ngay-lúc-bạn-sắp-đi-ngủ cũng là một nghệ sĩ vĩ cầm. Điểm khác biệt duy nhất giữa Jim và ba tên tuổi lừng lẫy kia là tiếng đàn của cậu ta nghe như sáu con mèo ngoao ngoao sau bờ giậu!

[41] Friedrich "Fritz" Kreisler (1875-1962): nghệ sĩ vĩ cầm kiêm nhà soạn nhạc người Áo. Là một trong những nghệ sĩ violin vĩ đại nhất trong thời của mình, ông nổi tiếng với những điệu nhạc ngọt ngào và du dương.

[42] Jascha Heifetz (1901-1987): nghệ sĩ vĩ cầm nổi tiếng người Mỹ gốc Lithuania.

[43] Isaac Stern (1920-2001): nghệ sĩ vĩ cầm kiêm nhạc trưởng người Mỹ gốc Ukraine.

Một nhạc công giỏi luôn biết cách điều khiển nhạc cụ; một người dẫn chương trình giỏi phải biết làm chủ giọng nói. Những giọng nói hay hoặc âm thanh du dương đều có những phẩm chất rõ ràng, có sắc thái và phản ánh được tâm trạng của người thể hiện.

Tương tự như minh họa bằng hiệu ứng thị giác, giọng nói của bạn phải gắn liền với sự Thôi Miên Cảm Xúc trong ngôn từ và hành động. Một cảnh phim yêu đương lãng mạn không thể đi với những giọng nói the thé chua ngoa; giọng nói nhỏ nhẹ sẽ không phù hợp để phát hiệu lệnh trong quân đội hay trong thi đấu thể thao.

Giọng nói của bạn sẽ trở nên tích cực và đáng tin cậy khi nó được điều khiển phù hợp với nhu cầu của người nghe.

Chất giọng hay không phải do trời sinh. Hầu hết chất giọng tự nhiên của chúng ta hoặc là quá cao, hoặc là quá trầm. Chẳng phải ngẫu nhiên mà đài truyền hình hoặc đài phát thanh phải lưu tâm rất kỹ đến chất giọng của nhân viên khi tuyển người.

Hình dung xem, lúc đó đang là giờ ăn sáng, và bạn đang hì hục cạo râu trong phòng tắm.

Chuông điện thoại bỗng réo rắt trong khi vợ bạn đang chiên trứng trong bếp. Cô ấy nhanh chóng giảm lửa và chạy vội đến chiếc điện thoại.

“Alô!” - cô ấy trả lời.

“Chào Mary,” một giọng nói cao vút đáp lại cô ở đầu dây bên kia. “Vui lòng cho tôi gặp Mike!”

“Chào chị, Elsie. Chị chờ tôi một chút nhé!”

Cô vợ chạy vội về phía chảo trứng đang chiên dở.

“Chị Elsie gọi anh kìa! Anh có thể nói chuyện với chị ấy trong lúc em đang chiên trứng được không?”

Bạn đến cầm điện thoại và nói:

“Chào Elsie, có việc gì...”

Ngay lập tức, bạn lúng túng ngoài sức tưởng tượng. Bạn không thể thốt nên lời - khi ở đầu dây bên kia còn bối rối hơn cả bạn.

Vợ bạn chiên trứng xong và quay trở ra, bạn càu nhàu:

“Đó không phải Elsie. Mà là John, chồng chị ấy! Anh ta có chất giọng cao như giọng nữ vậy!”

“Chết thật! Em xin lỗi!”

Bạn hoàn toàn có thể gia tăng kỹ năng Thôi Miên Cảm Xúc trong giao tiếp bằng cách điều chỉnh giọng nói của mình - bất kể bạn có chất giọng như thế nào!

Bạn sẽ làm được điều đó khi biến ba nguyên tắc sau thành hành động:

1. Đặt mình vào vị trí của NGƯỜI NGHE - bên cạnh vai trò người nói;

2. Áp dụng bộ ba KSR - Kiểm soát, Sắc thái và sự Rõ ràng;

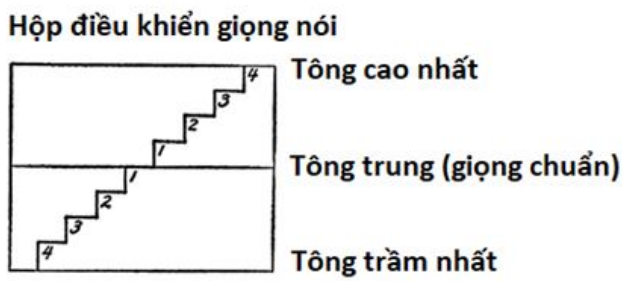
3. Thiết lập "Hộp Điều Khiển Giọng Nói" của riêng mình!

Điều khiển là bước quan trọng trong bộ ba nguyên tắc KSR. Khi bạn làm chủ được giọng nói, bạn không còn lo lắng bị lạc giọng.

Nếu giọng của bạn quá cao, quá thấp hoặc chưa thu hút, việc thiết lập "Hộp Điều Khiển Giọng Nói" sẽ giúp bạn cải thiện và nâng cao chất lượng giọng nói của mình chỉ trong vòng năm phút.

Kế đến, sau năm tuần áp dụng Hộp Điều Khiển Giọng Nói trong giao tiếp hằng ngày, giọng nói của bạn sẽ hay hơn mãi mãi!

Hộp Điều Khiển Giọng Nói bao gồm tám nấc - bốn nấc dưới và bốn nấc trên:



Tất cả chúng ta đều có ba nấc trong tông cao, tông trung, tông trầm của riêng mình mỗi khi nói chuyện. Tuy nhiên, hầu hết những lời nói của mỗi người chúng ta đều có một nấc giọng trung không đổi làm nấc chuẩn để lên giọng hoặc xuống giọng.

Ví dụ, bạn hãy nói thật lớn câu:

"Hãy giao tiếp và thành công bằng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc!"

Thử nói lại thêm một lần nữa.

"Hãy giao tiếp và thành công bằng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc!"

Tốt. Đó là tông giọng Chuẩn của bạn. Hãy thử lại và ghi nhớ tông giọng đó nhé!

Bây giờ, hãy nói lại câu trên thêm bốn lần nữa. Mỗi lần nói là một lần hạ giọng xuống một nấc cho đến khi bạn chạm nấc tông trầm nhất trong Hộp Điều Khiển Giọng Nói.

Kế đến, lặp lại câu. "Hãy giao tiếp và thành công bằng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc!" với nấc Tông Trầm Nhất của bạn - dù nó khó khăn hoặc nghe buồn cười thế nào.

Sau đó, nói lại câu trên bằng Giọng Chuẩn, chỉ bằng một lần lặp lại duy nhất.

Khi bạn tìm lại được Tông Chuẩn rồi, lặp lại câu nói thêm một lần nữa.

Sau đó, tiếp tục nói.

"Hãy giao tiếp và thành công bằng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc!"

Lên cao từng nấc một, phía trên Tông Chuẩn, cho tới khi bạn vươn đến Tông Cao Nhất của mình!

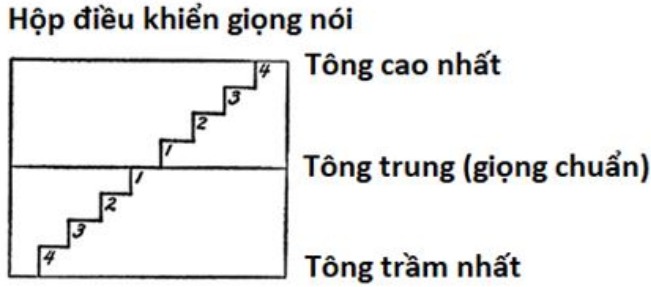
Nếu bạn nhận thấy mình chuyển từ Tông Chuẩn sang Tông Cao Nhất quá sớm mà không thông qua đủ bốn nấc như trong hình, điều đó có nghĩa là:

Tông Chuẩn hiện tại của bạn đang quá cao - và giọng nói bình thường của bạn cũng thế! Tương tự, nếu bạn chuyển từ Tông Chuẩn sang Tông Trầm Nhất quá nhanh và không qua đủ bốn nấc dưới, Tông Chuẩn hiện tại của bạn đang quá trầm - tức giọng nói bình thường của bạn đang trầm!

Rất nhiều người có nhu cầu cải thiện giọng nói. Và bạn cũng có thể là một trong số đó. Với Hộp Điều Khiển Giọng Nói và một chút thời gian luyện tập, bạn sẽ rèn được cho mình một chất giọng lôi cuốn hơn để thu hút mọi người!

Lần nữa, tôi xin tóm lại như sau:

"HỘP ĐIỀU KHIỂN GIỌNG NÓI"



Nếu chất giọng hiện tại của bạn đang quá trầm, hãy tập lên giọng và rèn luyện quãng giọng rộng hơn bằng cách cao hóa Tông Chuẩn!

Hộp Điều Khiển Giọng Nói đi kèm với sự luyện tập và áp dụng trong giao tiếp hằng ngày sẽ giúp bạn làm được điều đó.

Nếu chất giọng hiện tại của bạn đang quá cao, hãy hạ Tông Chuẩn của mình xuống. Nói chậm hơn!

Hãy kiên trì luyện tập, rồi bạn sẽ hoàn thiện được cho mình những nấc giọng hay và có kiểm soát hơn. Khi đó, giọng nói của bạn sẽ có chiều sâu hơn và bạn sẽ tìm được đúng nấc Tông Trầm Nhất của mình!

Việc sử dụng Hộp Điều Khiển Giọng Nói sẽ giúp bạn cải thiện và nâng cao chất giọng của mình một cách nhanh chóng và dễ dàng.

Một khi xác định được Tông Chuẩn phù hợp nhất của mình, bạn sẽ làm chủ được các quãng giọng còn lại, từ nói thầm, diễn đạt nhỏ nhẹ cho đến kiểm soát những lúc cao trào cần phải lên giọng. Người nghe hoặc khán giả sẽ bị lôi cuốn khi bạn không chỉ Thôi Miên Cảm Xúc họ bằng hình ảnh mà còn bằng cả âm thanh! Hãy áp dụng điều này trong mọi cuộc giao tiếp!

Hàng trăm học viên của tôi đã thành công trong việc sử dụng Hộp Điều Khiển Giọng Nói để cải thiện kỹ năng nói chuyện và lắng nghe của mình mãi mãi. Và bạn cũng sẽ làm được như thế!

Với chữ "K" - Kiểm soát - trong bộ nguyên tắc KSR, bạn sẽ hoàn toàn làm chủ được mọi ngôn từ mình phát ra!

Giờ là lúc chúng ta thêm chữ "S", tức Sắc thái, cảm xúc vào trong giọng nói của mình.

Hãy "tô màu" cho giọng nói của mình như thể một họa sĩ tài hoa

lướt cọ vẽ nên một bức tuyệt tác nghệ thuật. Thêm vào đó những nét chấm phá. Hãy mạnh dạn "nghịch ngợm" với những sắc thái khác nhau trong bức tranh giọng nói của bạn nếu điều đó khiến người nghe thích thú!

Hãy cười nhiều hơn khi nói. Nụ cười trên đôi môi sẽ tạo nên một luồng năng lượng tích cực, vui vẻ trên cả phong thái lẫn hình ảnh cá nhân của bạn.

Hãy cười mỗi khi nói câu "Xin chào!"

Hãy nói "Xin chào!" một lần nữa.

Bây giờ, hãy nở nụ cười nói "Xin chào!" bằng ba cách khác nhau.

"Xin chào..."

"XIN CHÀO!..."

"Xin chàooo!"

Bạn có thấy bản thân vừa tạo ra vài sắc thái khác nhau trong giọng nói của mình?

Hãy nhớ mọi sự giao tiếp trên đời này đều là "nói chuyện trước công chúng", trừ trường hợp bạn nói chuyện một mình! Chỉ cần tạo những sắc thái đa dạng, phong phú trong giọng nói, bạn đã làm cho phần trình bày của mình lôi cuốn hơn, hấp dẫn hơn và hiển nhiên là Thôi Miên Cảm Xúc hơn. Quan trọng không phải là bạn nói gì, mà là khán giả hoặc người nghe cảm nhận giọng nói của bạn ra sao!

Giọng nói của bạn đều đều một tông, khán giả càng dễ buồn ngủ. Người nghe của bạn vốn dĩ đã có bao nhiêu điều phải lo nghĩ trước khi nghe bạn nói; bạn còn tiếp tục cho họ lý do ngủ gà ngủ gật thì họ không thể tiếp tục lắng nghe bạn nữa.

Sự nhàm chán tẻ nhạt chẳng thể xâm nhập tâm trí của ai; nó chỉ càng khiến người nghe tiếp tục vùi đầu vào những mối bận tâm sẵn có. Nếu bạn muốn giao tiếp thành công, đừng chỉ là một anh chàng Johnny-một-màu! Bạn là một người giao tiếp, một diễn giả, chứ không phải một bác sĩ thôi miên đang gieo rắc sự mơ hồ nhàm chán để đưa đối phương vào giấc ngủ!

Hãy nêm nếm nhiều sắc thái phong phú vào giọng nói của bạn để nội dung trò chuyện thêm hấp dẫn và kịch tính.

“Quả là một ngày đẹp trời!”

Đúng là vậy - bạn chắc không?

Hãy nói “Quả là một ngày đẹp trời!” bằng CẢ HAI cách. Cùng một câu nói, nhưng hai tình huống tạo ra hai sắc thái khác nhau sẽ khiến bạn cảm nhận khác nhau về câu nói đó, đúng không?

Chúng ta biết rằng những khán giả của mình luôn trông đợi Trải Nghiệm Mới. Thế nên, hãy mạnh dạn xâm nhập tâm trí họ bằng nhiều cách mà bạn có thể. Và hãy chắc chắn rằng một trong những cách đó là một giọng nói sinh động với nhiều cung bậc Sắc thái khác nhau!

Hãy tưởng tượng bản thân là khán giả, đặt mình vào vị trí của họ để hiểu nhu cầu của họ. Nếu không, bạn có rất nhiều nguy cơ trở thành một “Tiến sĩ gây mê” - một biệt danh “đáng yêu” mà các sinh viên thường dùng để gọi giảng viên thích thao thao bất tuyệt bất chấp cảm nhận của người học.

Một sinh viên đề nghị với bạn cùng lớp:

“Hôm nay mày có định cúp tiết giống tao không?”

“Không!” Bạn kia trả lời. “Tao muốn vào đó ngủ cho ngon!”

Giờ bạn đã hiểu làm thế nào để Kiểm soát và tạo Sắc thái cho giọng nói của mình nhằm gia tăng hiệu ứng Thôi Miên Cảm Xúc. Giờ là lúc tiến đến chữ số ba trong KSR - chữ R: Rõ ràng.

Bạn đạt được sự Rõ ràng trong giao tiếp khi khán giả hoặc người nghe hoàn toàn hiểu những gì bạn nói, thông qua chất giọng, hình thức và những cử chỉ mà bạn truyền tải.

Một ứng viên bầu cử có dáng người gầy và cao lêu nghêu. Ông ta minh họa bài diễn văn của mình bằng những động tác huơ tay múa chân nhanh hơn cả cử động môi. Trong lúc đang diễn thuyết, ông ta để ý thấy một quý ông diện quần áo trang trọng dưới hàng ghế khán giả đang rất chăm chú theo dõi mình trên sân khấu. Vị ứng viên cảm thấy phấn khích trước phản hồi nhiệt tình của khán giả, ông ta tiếp tục động tác huơ tay loạn xạ trong suốt bài diễn văn.

Sau khi kết thúc, ứng viên bước xuống khán đài để gặp vị khán giả chăm chú nọ.

“Trông ông có vẻ rất quan tâm đến bài diễn văn của tôi. Ông thích nó chứ?”

“Thưa ngài, tôi không nghe rõ bài diễn văn của ngài cho lắm, và tôi cũng không chắc mình hiểu những gì ngài nói,” vị khán giả trả lời. “Chẳng hạn, cuộc bầu cử này liên quan gì đến mấy chiếc cối xay gió, khi ngài cứ liên tục huơ tay như vậy?”

Sự Rõ ràng giúp bạn gây được ấn tượng đúng như mình mong muốn lên khán giả!

Hãy trình bày những gì bạn muốn nói với một chất giọng to, rõ và dứt khoát. Hãy điều khiển lời nói và hành động của bạn thành một thể thống nhất, rõ ràng, có trọng tâm!

Sau đây là một bài tập hữu ích đã được hàng nghìn học viên khóa học Thôi Miên Cảm Xúc của tôi yêu thích, ứng dụng và luyện tập thường xuyên. Bài tập này giúp bạn điều phối lời nói, hành động của mình sao cho phù hợp với nhau và bảo đảm rằng những gì bạn nói cũng chính là những gì mà người nghe tiếp thu được và không gây hiểu nhầm.

Hãy đọc những câu sau:

“Không cần biết bạn đến từ đâu - Dù là phương Bắc, phương Nam, phương Đông hay phương Tây - Bạn chỉ cần nhớ một điều duy nhất... và nó chính là nơi này!”

Hãy lặp đi lặp lại những câu này cho đến khi bạn nhớ hoặc thuộc lòng chúng.

Kế tiếp, chúng ta sẽ kết hợp các câu trên với những hành động Thôi Miên Cảm Xúc tương ứng.

Khi bạn nói câu:

“Không cần biết bạn đến từ đâu,” hãy làm một động tác quạt tay thật rộng bằng tay phải hoặc tay trái - quạt từ trái qua phải hoặc phải qua trái.

“Dù là phương Bắc,” bạn quạt tay LÊN CAO.

“Phương Nam,” và hạ tay XUỐNG DƯỚI.

“Phương Đông,” rồi di chuyển tay qua BÊN PHẢI.

“Hay phương Tây,” rồi quạt tay qua BÊN TRÁI.

“Bạn chỉ cần nhớ một điều duy nhất,” bạn giơ NGÓN TRỎ lên và giữ nó ở đó cho đến hết câu.

“Và nó chính là nơi này!”

Bây giờ, hạ ngón trỏ rồi đóng toàn bộ các ngón tay để tạo thành nắm đấm, rồi đấm vào lòng bàn tay của tay kia theo nhịp một-hai-ba cùng với câu “... chính... là... đây!”

Lần nữa, hãy điều phối lời nói và hành động của BẠN thành một thể thống nhất, rõ ràng và có trọng tâm sao cho khán giả thích thú lắng nghe, theo dõi và nhớ lâu!

Không cần biết bạn đến từ đâu - Dù là phương Bắc, phương Nam, phương Đông hay phương Tây - Bạn chỉ cần nhớ một điều duy nhất... và nó chính là nơi này!

Bạn muốn những phần nói chuyện của mình được gia cố thêm tính chất Thôi Miên Cảm Xúc?

Thế thì hãy luyện tập bài tập nho nhỏ trên trước mỗi một công việc hay sự kiện mà bạn tham gia giao tiếp hoặc diễn thuyết trong đó. Nó sẽ làm bạn tự tin hơn, tập cho cơ miệng bạn linh hoạt hơn và giúp bạn dễ tìm thấy sự cân bằng khi đứng trước đám đông khán giả.

Tôi có một nữ học viên là diễn viên truyền hình nổi tiếng. Cô từng chia sẻ với tôi:

“Ngay bản thân những từ ngữ và động tác minh họa Bắc-Nam-Đông-Tây cũng đủ khiến tôi nhún nhảy theo - giống như một diễn viên múa tập các động tác khởi động trước khi trình diện khán giả!”

Bạn sẽ thấy rằng, bài tập trên không chỉ chú trọng kỹ năng Kiểm soát và tạo Sắc thái cho giọng nói, mà còn là nền tảng để bạn chú ý đến sự Rõ ràng trong lời nói và hành động của mình.

Sự Rõ ràng là chiếc chìa khóa bạn cần phải biết cách sử dụng để khán giả hoặc người nghe hiểu mình!

Emmett Kelly[44], nam diễn viên nổi tiếng chuyên diễn vai hề, từng nói:

[44] Emmett Leo Kelly (1898-1979): diễn viên xiếc người Mỹ. Ông là cha đẻ của nhân vật chú hề “Willie Chán Đời” do chính mình thủ vai,

lấy ý tưởng từ hình tượng những người vô gia cư thời kỳ Đại Suy Thoái những năm 1930.

"Nếu bạn là một gã Joey ở con phố Big Bertha, bạn thừa sức làm Thằng Ngốc trên lưng những con bò. Khi đó, cuộc sống của bạn như một Khoảng Trời Rộng Lớn."

Chỉ những diễn viên kỳ cựu trong nghề xiếc mới hiểu ý nghĩa câu nói trên:

"Nếu bạn là một tên hề ở Barnum & Bailey, bạn sẽ có cơ hội tỏa sáng trên lưng voi - và khoảng khắc đó chẳng khác nào Thiên Đường ở Hạ Giới."

Bạn có thích như thế?

Bạn giao tiếp giỏi khi và chỉ khi người nghe hoặc khán giả có thể hiểu những gì bạn nói và làm mà không cần phải có đôi tai siêu nhạy hay trí thông minh vượt mức bình thường.

Liệu có cách nào giúp bạn biết được rằng mình có đang diễn thuyết với chất giọng đủ để tất cả khán giả bên dưới có thể lắng nghe, không quá cao, cũng không quá thấp mà không cần dùng đến mấy thiết bị âm học cầu kỳ, phức tạp?

Có chứ.

Hãy nhìn và nói với vị khán giả cách xa bạn nhất; bằng cách này, tất cả khán giả từ nơi xa nhất trở về trước đều sẽ nghe được bạn.

Đây là một bí quyết hữu ích để bạn điều chỉnh giọng nói của mình khi giao tiếp với người khác, bất kể họ đang cách xa hay đứng gần bạn.

Trong hầu hết các tình huống giao tiếp, giọng nói của bạn đồng thời phản ánh những cảm xúc và cảm nhận bên trong của bạn. Khi một người quen giới thiệu bạn với ai đó và nói, "Dot, tôi muốn anh gặp Kenneth," cách anh ta Kiểm soát, tạo Sắc thái và sự Rõ ràng trong câu nói đó sẽ ngay lập tức báo cho anh bạn Dot kia biết rằng tâm trạng anh ta đang vui vẻ - hay đau khổ.

Bất kể thông điệp bạn muốn truyền tải đến người nghe là gì, hãy đảm bảo rằng nó được biểu đạt bằng một giọng nói có khả năng Thôi Miên Cảm Xúc khán giả nhờ vào bộ ba KSR - Kiểm soát, Sắc thái và Rõ ràng.

Một diễn giả trình bày bài diễn thuyết suốt một tiếng đồng hồ bằng một giọng đều đều đến phát chán. Các khán giả ở dưới bắt đầu nản, quay sang nói chuyện với nhau thay vì lắng nghe. Tuy vậy, diễn giả vẫn không nhận ra vấn đề của mình, tiếp tục phần trình bày với cái giọng "trước sau như một".

Để nhắc nhở khán giả phải yên lặng và lắng nghe, nhà tổ chức sự kiện ngày hôm đó phải dùng một chiếc búa của thẩm phán, đập rầm rầm trên bàn đến bảy, tám lần. Đến lần đập cuối cùng, cán búa vô tình văng ra và trúng ngay một vị khán giả đang ngồi ở hàng ghế đầu.

Cả khán phòng bỗng im bặt. Nhà tổ chức tái mét mặt, đứng lên chuẩn bị xin lỗi.

Trong khi nhà tổ chức vẫn còn đang run rẩy chưa thốt nên lời, vị khán giả bị trúng thương nọ mím môi, lắc đầu và van xin:

"Thêm phát nữa đi. Tôi vẫn còn nghe thấy giọng nói ru ngủ đó!"

Khán giả hoặc người nghe của bạn sẽ không bị rơi vào tình trạng bối rối như thế nếu bạn đặt mình vào vị trí của họ - thay vì chỉ chăm chăm nói. Để tăng khả năng Thôi Miên Cảm Xúc, bạn hãy thường xuyên luyện các bài tập liên quan đến Hộp Điều Khiển Giọng Nói mà bạn thích trong số những bài tập tôi đã trình bày ở phần trên.

Hãy nhớ áp dụng nguyên tắc KSR cả trong giao tiếp hằng ngày nữa!

Khả năng Thôi Miên Cảm Xúc của BẠN không chỉ liên quan đến những gì bạn nói, mà còn phụ thuộc vào cách bạn nói chúng như thế nào.

Với bộ ba Kiểm soát, Sắc thái và Rõ ràng, bạn sẽ dễ dàng thốt ra được những lời nói, ngôn từ, thể hiện được hành động và biểu cảm cuốn hút, khiến cho khán giả phải hào hứng và không thể rời mắt khỏi bạn!

Chương 15

HOÀN THIỆN TÍNH CÁCH VÀ KHẢ NĂNG THUYẾT PHỤC CỦA BẠN BẰNG PHƯƠNG PHÁP THÔI MIÊN CẢM XÚC

Tài năng, trình độ và hình ảnh cá nhân của bạn dù có tuyệt vời đến mấy thì vẫn trở nên vô dụng nếu thiếu đi một tính cách tốt.

Điều này được chứng minh ngay trong cuộc sống hằng ngày của chúng ta.

Trong số những người xung quanh, có người chúng ta thích, và có người chúng ta không thích. Với những người chúng ta thích, chúng ta luôn sẵn sàng dành thêm thời gian, tiền bạc và công sức ở bên cạnh họ; còn với những người chúng ta không thích, còn khuya!

Chẳng hạn, bạn đã bao giờ bỏ công đi vào một cửa hàng đông nghẹt người chỉ để được phục vụ bởi một nhân viên bán hàng mà bạn quý mến?

Tại sao có những tiệm hớt tóc đông nườm nượp, còn nhiều tiệm khác thì "vắng như chùa Bà Đanh"? Tại sao các bà, các cô thường thích đi đến cửa hiệu trang điểm ưa thích chứ không đi những chỗ khác? Tại sao bạn luôn háo hức chờ đợi sự xuất hiện của một người, đồng thời lại ghét cay ghét đắng sự có mặt của vài người khác - dù đó là trên truyền hình, đài phát thanh, băng đĩa nhạc, trong các tác phẩm văn học hay trong các mối quan hệ?

Câu trả lời nằm trong "tính cách" và ý nghĩa cá nhân của người đó đối với bạn. Những lời nói và hành động của người khác luôn có tác dụng khiến bạn thấy vui hoặc không vui... về mặt cảm xúc.

Giờ đây, khi bạn được trang bị Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, bạn có thể rèn luyện và hoàn thiện tích cách của mình hiệu quả và có lợi hơn cho bản thân - bởi vì thực chất, tính cách của bạn là kết quả sự phản ánh của người khác đối với những ngôn từ và hành động Thôi Miên Cảm Xúc từ bạn.

Do vậy, kỹ năng Thôi Miên Cảm Xúc giỏi hơn sẽ giúp bạn hình thành cho mình một tính cách tích cực và hiệu quả hơn. Và với một tính cách mới tốt đẹp hơn, bạn sẽ sở hữu kỹ năng thuyết phục to lớn và dễ thành công hơn trong cuộc sống.

Tính Cách và khả năng Thuyết Phục là hai thứ tài nguyên tuyệt vời nhất của mỗi một con người. Chúng giúp bạn đạt được phần lớn những mục tiêu mình đề ra, có một sức khỏe tốt và phong thái vững vàng hơn.

Tuy nhiên, để đạt được những điều đó, bạn cần phải có khả năng điều khiển những phản ứng cảm xúc của mình cũng như kiểm soát được những phản ứng mà ngôn từ và hành động của mình sẽ gây ra cho người khác. Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc sẽ giúp bạn có được quyền kiểm soát này!

Sau đây là Mười Hai Lời Khuyên Vô Giá giúp bạn hoàn thiện Tính Cách và khả năng Thuyết Phục của bản thân nhờ Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc:

1. Đặt câu hỏi

Hãy tìm hiểu quan điểm của đối phương trước khi chia sẻ quan điểm của mình. Điều này đặc biệt quan trọng khi cuộc trò chuyện của bạn liên quan đến một hoặc vài chủ đề dễ gây bất đồng nhất được đề cập ở Chương 10.

Hãy tìm hiểu những Ưu Thế và Nguyên Tắc Đặt Câu Hỏi Thôi Miên. Việc đặt đúng câu hỏi sẽ giúp bạn nhận được đúng câu trả lời mình mong muốn nhằm dẫn dắt cuộc giao tiếp - dù là trong chuyện riêng tư, chuyện công việc, trong hôn nhân, kinh doanh bán hàng hay các mối quan hệ xã hội.

2. Nói những điều đối phương muốn nghe

Hãy nói chuyện với mọi người theo cách của họ, rồi họ sẽ muốn

lắng nghe bạn! Khi họ lắng nghe bạn, họ sẽ có thể nhớ mặt thuộc tên bạn, tôn trọng và yêu mến bạn hơn, và hành động như ý bạn muốn.

Phần lớn con người không thích suy nghĩ - họ thích cảm nhận. Những cảm nhận của con người là phản ứng về cảm xúc với sự vật, sự việc và những con người khác. Chúng là minh chứng cho thấy cảm xúc và suy nghĩ của chúng ta là hai thứ không thể tách rời nhau.

Mọi quy trình suy nghĩ và hành động của chúng ta đều có vài động cơ cảm xúc đứng sau.

Giao tiếp chỉ có thể thành công khi có sự thấu hiểu cảm xúc giữa người nói và người nghe. Nếu bạn muốn giao tiếp hiệu quả hơn cũng như hoàn thiện tính cách và kỹ năng thuyết phục của bản thân, những ngôn từ và hành động của bạn cần phải "chạm" được vào những cảm nhận hay trái tim của người nghe!

Bất chấp những khác biệt giữa người này với người kia, các cảm nhận tự nhiên của con người chính là những nhân tố khiến họ chú ý và lắng nghe trong Bộ Tứ Quyền Lực của Tử Huyệt Cảm Xúc gồm Bản Thân, Tiền Bạc, Tình Yêu và Danh Tiếng.

Trong số những nhân tố này, sẽ có một yếu tố chủ đạo khiến một người lắng nghe một chủ đề nào đó. Trong mọi mối quan hệ giao tiếp giữa con người với con người - kể cả quan hệ vợ chồng hay hôn nhân, nhân tố này vừa có thể củng cố mà cũng vừa có thể hủy hoại mối quan hệ!

Một kỹ sư tên N. dành một món quà bất ngờ cho vợ nhân dịp kỷ niệm 15 năm ngày cưới: một chiếc áo lông chồn đắt tiền. Khi bà N. thấy chiếc áo, đôi mắt bà sáng bừng trong khi khuôn mặt bà vui sướng ngập tràn.

Bà N. khoác thử chiếc áo với niềm hãnh diện hiện rõ trên khuôn mặt.

"Ôi anh yêu!" Bà tán dương chồng. "Em chưa bao giờ dám mơ đến ngày mình được mặc một chiếc áo lông chồn kiêu sa thế này. Đây quả là một món quà tuyệt vời với em!"

Bà tặng chồng ba nụ hôn ngọt ngất ngây rồi chạy vội về phía chiếc gương để soi.

Ông N. cũng đỏ mặt. "Anh rất vui là em thích nó," ông nói.

“Thích ư? Không đâu, em yêu nó mất rồi!”

Bà N. buộc dây của chiếc áo quanh eo rồi xoay mấy vòng trước gương.

“Mấy bà chị kia sẽ phát cuồng vì ghen tị khi nhìn thấy em trong chiếc áo lộng lẫy này. Nó làm em trông thật quý phái và thanh mảnh hơn hẳn!”

“Mấy người bán hàng cũng nói vậy đó, khi anh bảo họ em béo như thế nào,” ông N. đáp lại. Rất tiếc, ông chồng chưa kịp nói hết câu thì...

“Anh nói với họ là em béo?” Bà N. bỗng thét lên giận dữ. “Từ lúc nào mà anh dám...!”

Trước khi cơn giận kịp nguôi ngoai, bà vợ phán ngay một câu rằng “em không thích chiếc áo này - dù cho đó là áo lông chồn!”

Dịp kỷ niệm ngày cưới của họ đang vui vẻ bỗng xôi hỏng bỏng không chỉ vì thế!

Bạn tưởng tượng xem, một ông chồng mất hàng nghìn đô mua một chiếc áo khoác hàng hiệu làm quà tặng vợ để vợ vui; rồi sau đó ông ta lỡ nói ra vài từ chẳng tốn xu nào... nhưng lại làm bà vợ nổi trận lôi đình.

Cẩn thận với những Tử Huyệt Cảm Xúc tiêu cực mà bạn có thể vô tình tác động nơi người nghe. Nó đủ sức phá hủy mọi cuộc vui chỉ trong chốc lát!

Hãy rèn luyện cho mình thói quen nói những điều mà đối phương muốn nghe hơn là chỉ nói về bản thân. Điều này sẽ giúp bạn mài giũa kỹ năng quan sát, nâng cao khả năng thuyết phục và tinh tế hơn với những cảm nhận của người khác.

Khi con người không giao tiếp, họ chìm ngập trong những khoảng không trống rỗng hoặc những mớ bòng bong suy nghĩ trong tâm trí. Những lúc đó, họ đang mải “lắng nghe chính mình”. Bạn chỉ có thể xuyên thủng được “hàng rào” đó bằng cách tác động chính xác vào Tử Huyệt Cảm Xúc của họ, rồi họ sẽ lắng nghe bạn!

Trong mọi cuộc giao tiếp luôn tồn tại một Tử Huyệt Cảm Xúc của đối phương mà bạn có thể khai thác để kết nối với những khao khát cũng như nỗi sợ trong lòng họ. Tử Huyệt đó có thể thuộc phạm vi Bản Thân, Tiền Bạc, Tình Yêu hoặc Danh Tiếng - như

chúng ta đã biết.

Hãy tìm ra nó!

Hồi Connie Mack[45] còn quản lý câu lạc bộ bóng chày Philadelphia Athletics, Max Bishop[46] là một trong những thành viên chủ lực của đội. Suốt mùa giải nọ, Bishop liên tục ăn uống quá đà đến nỗi lên cân và trở nên chậm chạp trên sân bóng.

[45] Cornelius McGillicuddy, Sr. (1862-1956): biệt danh Connie Mack, là vận động viên kiêm huấn luyện viên bóng chày người Mỹ. Ông là huấn luyện viên tại vị lâu nhất trong lịch sử Giải Bóng chày Nhà nghề Mỹ, với số trận thắng kỷ lục là 3.731 và tổng số trận đấu ông dẫn dắt là 7.755.

[46] Max Frederick Bishop (1899-1962): vận động viên bóng chày người Mỹ. Ông chơi cho đội Philadelphia Athletics từ năm 1924 đến 1935.

Mack làm đủ mọi cách để thuyết phục Bishop bỏ thói quen ăn những món chứa nhiều dầu mỡ, từ cảnh cáo, đe dọa cho đến van xin. Nhưng mọi nỗ lực của ông vẫn không mang lại kết quả.

Trong một trận đấu diễn ra vào một buổi chiều nọ, tình trạng thừa cân và chậm chạp khiến Max liên tục đánh hỏng những cú dễ ăn. Anh ta bị thay ra giữa những tiếng la ó tức giận của cổ động viên.

Connie Mack bước đến chỗ Max và nói với anh bằng một giọng ân cần:

"Max, lần tới nếu cậu định đánh một cú ăn ba, đừng nghĩ đứng ở chốt số hai nữa!"

Max Bishop cau mày - và kể từ đó, anh ta không còn ăn uống vô độ! Cuối cùng, vị huấn luyện viên cũng đã thuyết phục được anh!

Đừng chỉ nói với người khác những gì bạn muốn nói.

Hãy nói những gì họ muốn nghe... từ trong cảm xúc của họ!

3. Lược bỏ đại từ "Tôi" mỗi khi có thể

Người nghe cần được ưu tiên hơn bản thân bạn.

Khi bạn thường xuyên thốt ra từ "Tôi", điều này có nghĩa là bạn đang tập trung vào bản thân mình khi giao tiếp! Nó trái với

nguyên tắc của Thôi Miên Cảm Xúc.

Thay vào đó, hãy ưu tiên dùng những đại từ như "chúng ta, bạn, anh, chị, vấn đề của bạn và tôi, cả hai chúng ta." Cách tiếp cận này giúp cho người nghe trở thành một phần của bạn. Nó giúp bạn thiết lập sự hòa hợp ngay tức khắc và là chất xúc tác hữu hiệu cho sự Thôi Miên Cảm Xúc.

Đại từ "tôi" chỉ nên được sử dụng trong những cụm từ như: "Tôi đề nghị..." hoặc "Tôi đề xuất..." hoặc "Tôi tin là..."

"Tôi" nghe rất vị kỷ.

"Bạn", "anh", "chị" và những đại từ ngôi thứ hai khác nghe thân thiện, nồng ấm hơn và có bao hàm mối giao cảm thuyết phục trong đó.

Hãy lược bỏ đại từ "tôi" mỗi khi bạn có thể. Hãy luôn nhớ, người nghe chính là lý do bạn giao tiếp!

4. Khiêm nhường

Trong một cuộc giao tiếp, nếu rơi vào tình huống phải có một người bị cười chê hoặc trở thành nạn nhân của một trò đùa, người đó nên là bạn!

"Tôi thừa nhận mình 'lơ mơ như con bò đeo nơ', mất sáu năm đẹp đẽ nhất của cuộc đời chỉ để học cho xong lớp Sáu!" Khán giả sẽ thích thú với điều này - vì bạn không ngại làm cho bản thân mình có vẻ kém thông minh hơn họ.

Khán giả sẽ dễ có thiện cảm với những diễn giả hoặc những người nói chuyện sẵn sàng thừa nhận thiếu sót và không ngại nói câu "tôi cần phải cố gắng nhiều!"

Một học viên từng kể tôi nghe rằng cô vô tình thừa nhận với một anh chàng độc thân mới quen rằng cô không được thông minh, sáng sủa cho lắm. Và cô hỏi anh ta rằng nếu anh ta là người trong cuộc thì anh sẽ giải quyết tình huống khó khăn mà cô đang gặp phải như thế nào - và buổi trò chuyện ngày hôm đó chính là khởi đầu cho một chuyện tình lãng mạn giữa hai người.

Về mặt cảm xúc, cô đã làm cho chàng trai đó cảm thấy mình thông minh và quan trọng hơn cô, và một điều trùng hợp nữa là Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của anh ta cũng chính là Danh Tiếng. Đây chính là điều ám ảnh tâm trí anh ta nhiều nhất!

Nếu bạn rơi vào một tình huống cực đoan đến nỗi buộc lòng phải nói ra vài lời lẽ không hay, nguyên tắc Thôi Miên Cảm Xúc vẫn không đổi. “Sam, cậu là một thằng tồi,” bạn nói, “nhưng tớ e rằng tớ cũng vậy!”

Câu nói đó sẽ giúp Sam vừa hiểu ý bạn, vừa không đánh mất thiện cảm với bạn chỉ vì một lời góp ý thẳng thắn.

Do vậy, đừng ngại tự giễu mình nếu cần, miễn bạn đừng giễu khán giả là được. Hãy khiêm nhường và sẵn sàng đặt người nghe ở vị trí cao hơn mình, vì họ chính là Nhân Vật Quan Trọng Nhất làm nên cuộc giao tiếp của bạn!

5. Quan tâm đến từng khán giả

Hãy nhìn vào đôi mắt của từng khán giả - kể cả những người ngồi ở góc hoặc rìa. Đừng bỏ sót bất kỳ ai!

Hãy để cho khán giả biết rằng họ là tất cả đối với bạn.

Ngay khi cuộc trò chuyện có dấu hiệu chùng xuống, hãy kết thúc câu chuyện bạn đang kể bằng một câu hỏi. Hãy để cho khán giả được tham gia cùng bạn; vì mọi hoạt động thay đổi đều có thể là những Trải Nghiệm Mới hấp dẫn, đánh động thị giác và hỗ trợ tương tác lẫn nhau giữa người nói và người nghe.

Hãy gọi đúng tên người nghe hoặc khán giả - đặc biệt khi có sự hiện diện của những người khác. Con người luôn thích nghe tên mình được xưng danh một cách trang trọng. Nếu bạn không nhớ tên vị khán giả đó, hãy cứ gọi là “Anh”, “Chị” hoặc “Bạn”. “CHỊ cảm thấy thế nào?” “Rất vui được trò chuyện cùng ANH!”

Hãy quan tâm đến từng khán giả hoặc người nghe của mình mỗi khi giao tiếp. Đây không chỉ là phép lịch sự tối thiểu mà còn là một bí kíp Thôi Miên Cảm Xúc hữu hiệu!

6. Đừng xem thường khán giả

Nếu những lời nói, hành động, ngôn từ hoặc câu chuyện của bạn không khơi dậy phản ứng bạn mong muốn từ khán giả, bạn không cần phải cố giải thích!

Sự hài hước, sở thích và những mối quan tâm của mỗi người là những lĩnh vực mang tính cá nhân và luôn có sự sai khác nhất định giữa người này với người kia. Có thể có bốn người cùng “lắng nghe” câu chuyện của bạn, nhưng phản ứng của họ chưa chắc

đồng nhất: Người thứ nhất cười nghiêng ngả; người thứ hai cười vừa phải; người thứ ba nhoẻn miệng cười cho có; còn người thứ tư thì tỏ vẻ khó chịu và vẫn tiếp tục mơ màng cùng những mối bận tâm trong đầu.

Trong hầu hết các trường hợp, khán giả không hiểu những lời nói hoặc truyện cười của bạn là do chúng không được thể hiện một cách đủ hấp dẫn để họ phải lắng nghe.

Một giáo viên dạy môn khoa học tự nhiên phàn nàn với chủ nhiệm bộ môn về John, một học sinh trong lớp anh ta dạy.

"Mỗi khi tôi giảng bài, John luôn đưa tay đặt câu hỏi và cắt ngang lời tôi. Có cách nào khiến cho cậu bé ngoan ngoãn hơn không?"

"Đừng làm thế," vị chủ nhiệm bộ môn trả lời. "Điều đó có nghĩa John là em học sinh duy nhất thực sự lắng nghe bài giảng của anh đấy!"

Hãy sử dụng những từ ngữ hoặc hành động có tính chất gợi hình hoặc có thể minh họa được; hãy tìm và khai phá những yếu tố này trong những câu chuyện và ý tưởng mà bạn đã lựa chọn để trình bày với người nghe hoặc khán giả!

Trong lý thuyết Thôi Miên Cảm Xúc, Tử Huyệt Bản Thân của con người nói rằng con người có xu hướng thích làm những việc dễ dàng, an nhàn và vui vẻ nhất có thể. Tương tự, "trăm nghe không bằng một thấy", hãy mạnh dạn minh họa, làm cho những ngôn từ và câu chuyện của bạn thêm sinh động, kịch tính!

Hãy gia tăng sự hào hứng và quan tâm của khán giả hoặc người nghe bằng Trải Nghiệm Mới và những câu hỏi đánh động Tử Huyệt Danh Tiếng!

Nếu giao tiếp thất bại, bạn chỉ có thể tự trách mình - vì thất bại không liên quan gì đến khán giả, người nghe hay độc giả. Hãy nhớ, người nghe của bạn thông minh hơn bạn tưởng, thậm chí là thông minh hơn cả bạn.

Đừng xem thường khán giả! Hãy tập trung thuyết phục họ bằng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, đơn giản là vậy!

7. Hãy trân trọng khán giả

Đừng tiếc lời khen ngợi người nghe khi họ xứng đáng được như thế. Hãy nói "Cảm ơn" thật nhiều với những khán giả thân thương

của bạn!

La Rochefoucauld[47] từng nói rằng:

[47] Francois VI, Duc de La Rochefoucauld (1613-1680): nhà văn nổi tiếng người Pháp, tác giả của nhiều tác phẩm hồi ký và châm ngôn được lưu truyền đến ngày nay.

"Chúng ta thường tự lừa dối bản thân rằng mình chúa ghét những lời có cánh; nhưng thực chất, điều chúng ta ghét hóa ra là cách người ta nói những lời có cánh đó."

Hãy khen ngợi người khác một cách thật lòng. Rồi bạn sẽ bất ngờ với những sự phản hồi tích cực và tốt bụng mà họ đáp lại bạn chỉ sau vài tiếng cảm ơn chân thành!

Hy vọng là thứ vốn liếng bền bỉ nhất của mỗi con người. Ai ai cũng hy vọng mọi nỗ lực của mình được người khác trân trọng và đền đáp, dù chỉ là vài ba tiếng cảm ơn.

Hãy trân trọng khán giả và người nghe của bạn... rồi bạn sẽ hạnh phúc tột cùng khi sự trân trọng của bạn được đền đáp xứng đáng!

8. Đừng nhai đi nhai lại nỗi đau của người khác

Phương trình cảm xúc của mỗi người được quyết định bởi quan niệm của họ về "Đúng" và "Sai" trong cuộc sống.

Nếu bạn đã từng vô tình làm tổn thương cảm xúc của người khác, nhiều khả năng điều này sẽ lại tái diễn!

Cẩn thận đấy!

Đây là một trong những nguồn cơn mâu thuẫn nguy hiểm nhất trong các mối quan hệ của con người như quan hệ vợ chồng, quan hệ giữa y tá và bệnh nhân, sếp và nhân viên, cha mẹ và con cái, người bán và người mua. Nó đánh đổ mọi sự thân thiết, tôn trọng, tình bằng hữu, các mối quan hệ gia đình và xã hội.

Hẳn là bạn còn nhớ câu chuyện về ông chồng nọ chê món thịt hầm Ái Nhĩ Lan do vợ mình nấu "không ngon bằng mẹ anh nấu." Hay anh chàng Vincent cao một thước tám liên tục chế giễu cấp dưới của mình bằng những biệt danh không khó nghe như "Nấm Lùn", "Quý ngài Tôm Tép", "Người Mẩu" và đại loại như thế?

Hãy cẩn trọng với những gì mình nói!

“Niềm đau chôn giấu” của một người là dấu hiệu giúp bạn phát hiện ra Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của người đó - là nhân tố mạnh nhất khiến anh ta phải chú ý và làm cho bạn được yêu quý hoặc bị ghét bỏ hơn!

Hãy nhớ lời khuyên trên!

Nếu bạn muốn sở hữu một phong thái đĩnh đạc và khả năng thuyết phục bậc thầy, đừng nhai đi nhai lại nỗi đau của người khác!

Hãy nhớ, giỡn mặt với cảm xúc của người khác là một hành vi nguy hiểm không thua gì “đùa với thuốc nổ”!

9. Lắng nghe chăm chú

Kỹ năng lắng nghe mang lại cho bạn ba lợi ích:

• Sự lắng nghe đồng nghĩa với thái độ tôn trọng đối phương và nâng niu Danh Tiếng của họ;

• Lắng nghe giúp bạn được học hỏi và tiếp thu thêm thông tin và kiến thức từ người nói;

• Thông qua việc lắng nghe những gì người kia tiết lộ, bạn sẽ có cơ hội khám phá ra Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của họ, để sau đó, bạn dễ bề phản hồi và làm cho họ lắng nghe mình!

Hãy “lắng nghe” bằng cả đôi tai lẫn đôi mắt!

Nhìn đối phương thật sâu. Đôi mắt bạn phải thể hiện được sự quan tâm, chăm chú đến câu chuyện họ đang kể - đừng ném vào họ ánh nhìn hờ hững của người bận rộn.

Đối phương nói chuyện với bạn là vì họ muốn bạn lắng nghe họ.

Hãy chú tâm lắng nghe người kia nói - rồi người kia cũng sẽ chú tâm lắng nghe bạn khi bạn nói!

10. Cười nhiều hơn

Bạn muốn tạo thiện cảm ngay lập tức với khán giả? Thế thì mỉm cười nào!

Nụ cười là một sự ngợi khen không lời màu nhiệm, một cái ôm nồng ấm và là một thái độ hành động tích cực.

Nụ cười có khả năng tranh cãi mà không gây tổn thương. Khi được đi kèm với một cử chỉ bắt tay hoặc vỗ vai trìu mến, nụ cười có thể diễn đạt nhiều niềm vui hơn cả lời nói, và nó ngay lập tức khuấy động cảm xúc tích cực nơi đối tượng giao tiếp của bạn.

Hãy cười nhiều hơn! Nụ cười không chỉ là một công cụ Thôi Miên Cảm Xúc vô giá, mà còn là một món quà tuyệt vời bạn luôn có thể cho và nhận mà không tốn xu nào!

11. Thư giãn cảm xúc

Sức khỏe tốt, sinh hoạt lành mạnh và hệ thống y tế chất lượng là bộ ba không thể tách rời nhau để chúng ta có một cuộc sống khỏe mạnh. Trong đó, bạn chẳng thể nào có sức khỏe tốt nếu không biết cách nghỉ ngơi, thư giãn.

Thư giãn là một tình trạng cảm xúc. Mỗi người chúng ta có những nhu cầu vật chất và tinh thần khác nhau, nên cách chúng ta thư giãn cũng không hoàn toàn giống nhau.

Bạn muốn trị dứt chứng khó ngủ và dễ say giấc hơn vào mỗi tối? Bạn cần sự khuây khỏa sau những giờ làm việc căng thẳng? Bạn muốn cảm xúc của mình luôn tích cực để có thể làm một ông bố, bà mẹ, hay một người bạn, người yêu giỏi giang hơn? Bạn muốn làm việc hiệu quả hơn cũng như cải thiện mối quan hệ với người thân, đồng nghiệp và bè bạn?

Thế thì hãy THƯ-GIÃN!

Rất nhiều người phàn nàn rằng: "Được nghỉ ngơi thật là sung sướng - nhưng làm thế nào để tôi có thể thư giãn hoàn toàn được? Chuyện này mất nhiều thời gian lắm!"

Vâng, kỳ thực, thư giãn thực sự cũng cần phải được chuẩn bị. Việc này rất đơn giản và dễ làm, nếu bạn áp dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc trong giao tiếp với chính mình.

Khóa học Thôi Miên Cảm Xúc của tôi đã xây dựng và hình thành nên Kỹ Thuật Thư Giãn trên nền tảng ứng dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc. Đó là một kỹ thuật giao tiếp đòi hỏi quá trình luyện tập, khả năng tưởng tượng sáng tạo và quan trọng là nó cực kỳ hiệu nghiệm.

Để thư giãn thành công, chúng ta phải giao tiếp hiệu quả với chính mình - xâm nhập thành công tâm trí của chính chúng ta và điều khiển được những cảm xúc "hiếu động" nhất trong đó!

Sau đây là cách thức thực hiện:

a. Việc trước tiên là bạn phải nắm được bản chất Bộ Tứ Quyền Lực trong Tử Huyệt Cảm Xúc của con người gồm có Bản Thân, Tiền Bạc, Tình Yêu và Danh Tiếng. Đây là những Tử Huyệt giúp bạn xâm nhập tâm trí và duy trì sự chú ý của bất kỳ ai đối với những lời nói và hành động của mình. Định nghĩa và các đặc điểm của chúng đã được trình bày rất rõ ràng xuyên suốt quyển sách này.

b. Nhận diện Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo và Tử Huyệt thứ nhì của chính bản thân bạn.

c. Tập trung đầu óc vào bất kỳ khía cạnh nào của hai Tử Huyệt Cảm Xúc còn lại.

Ví dụ, nếu Danh Tiếng (hay thể diện) và Tình Yêu là hai điều ám ảnh bạn nhất trong cuộc sống, chúng chính là hai Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của bạn. Để thư giãn cảm xúc của mình, bạn hãy hạn chế suy nghĩ về những vấn đề thuộc hai Tử Huyệt này, tập trung trí lực và thể lực vào hai thứ còn lại - Tiền Bạc và Bản Thân.

Bạn có thể tưởng tượng ra cảnh mình vừa vớ được một đống tiền, tìm được kim cương hoặc kho báu giá trị trong một tình huống bất ngờ, trúng số độc đắc, được trọng thưởng vì một kỳ tích nào đó. Khi ấy, hoặc bạn ngồi lên kế hoạch tài chính cho bản thân; hoặc, bạn nghĩ đến những món ăn mình ưa thích; một cách thức hoặc phương pháp thoải mái hơn để làm việc nhà; hoặc nghĩ đến cảnh mình được thả người lên võng, đánh một giấc trưa ngon lành dưới hàng dừa xanh mát - bất kỳ hoạt cảnh thú vị nào mà bạn thích và thuộc về nhu cầu Bản Thân.

Giống như Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, thư giãn là một thói quen có lợi cho sức khỏe. Thật không may là trên thực tế, rất nhiều người có cuộc sống sung túc, xa hoa, nhà cao cửa rộng nhưng vẫn không biết cách làm thế nào để thư giãn.

Tại sao thế nhỉ?

Bạn làm sao có thể nghỉ ngơi, thư giãn khi tâm trí vẫn còn bơi trong hàng đống những mối bận tâm, lo toan!

Hãy tự xâm nhập tâm trí của chính mình và thư giãn bất cứ khi nào bạn muốn bằng cách tập trung vào những điều bạn ít quan tâm nhất trong Bộ Tứ Quyền Lực của Tử Huyệt Cảm Xúc - là hai Tử Huyệt không có nhiều khả năng khiến bạn phải chú ý hay lo nghĩ.

Làm được như thế, bạn sẽ phân tán được sự tập trung của chính mình! Vì bản thân bạn không có nhiều mối giao cảm với hai Tử Huyệt Cảm Xúc yếu nhất đó, nên chúng sẽ nhanh chóng biến khỏi tâm trí bạn.

Thư giãn giúp bạn ngủ ngon, khỏe khoắn, làm việc và vui chơi, giải trí hiệu quả hơn hẳn.

Thư giãn đúng cách là một nhu cầu thiết yếu hằng ngày của mỗi người.

Hãy áp dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc để Thư Giãn ít nhất mười phút mỗi ngày! Vâng, chỉ cần mười phút - chẳng hạn sau bữa ăn trưa - là đủ để bạn cải thiện giấc ngủ, sức khỏe, ngoại hình và thần thái của mình!

Hãy thư giãn cảm xúc của bạn! Rồi bạn sẽ tống khứ được mọi nỗi lo âu, căng thẳng và luôn sẵn sàng để Thôi Miên Cảm Xúc!

12. Hình thức chỉ là phụ, Thôi Miên Cảm Xúc mới là chính

Hình thức hay ngoại hình của bạn chỉ quan trọng khi nó gắn kết với nhu cầu cảm xúc của người nghe hoặc khán giả.

Khán giả có thể không nhớ trang phục, kiểu tóc hay phụ kiện thời trang của bạn, hoặc chúng có thể gây phản cảm, khiến người xem bàn tán xôn xao hoặc được tán dương. Điều này tùy thuộc vào phương trình cảm xúc cá nhân của mỗi người. Không ai có phản ứng giống ai, kể cả khi chúng ta xem truyền hình.

Chẳng hạn, khi trên tivi xuất hiện một nữ ca sĩ đang cười nói với khán giả trong lúc chờ đến phần trình diễn của mình, thì hàng triệu khán giả đã bình phẩm này nọ như:

“Nhìn kiểu tóc của cổ kìa!”

Hoặc: “Cô ta quá béo để mà mặc một chiếc váy ngắn như vậy!”

Cô ca sĩ chưa kịp hát thì đã bị dân tình bình phẩm!

Tương tự, trong mắt những người xung quanh, chúng ta là những nghệ sĩ trình diễn đang cạnh tranh nhau để giành lấy sự chú ý, phản hồi và lợi ích từ người khác. Nếu hình thức của chúng ta không hài hòa với hành động của mình, chúng ta sẽ trở thành những nhân tố gây xao nhãng - chứ không phải gây chú ý.

Bất kể bạn làm gì hay nói gì, hãy đảm bảo hình thức của bạn phù hợp với nhu cầu cảm xúc của khán giả trước khi xem xét nhu cầu hoặc sở thích thời trang của bản thân!

Hãy gia tăng hiệu quả của hình thức bằng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc. Đừng lạm dụng ngôn từ, hành động hay ngoại hình khoe mẽ, phô trương để lấn áp những người đồng đội hoặc khán giả của mình; làm như thế chỉ khiến bạn mỗi lúc một chìm vào bóng tối!

Hình thức rất quan trọng - nhưng không quan trọng bằng khả năng Thôi Miên Cảm Xúc của chính bạn.

Thôi Miên Cảm Xúc là khả năng điều khiển và khơi gợi người khác phản hồi - bằng cách khiến họ phải lắng nghe mình - và nó là chìa khóa giúp bạn có được một Tính Cách, Phong Thái và kỹ năng Thuyết Phục hoàn hảo hơn. Hình thức không chỉ là một sự đầu tư cần thiết, mà còn là con đường ngắn nhất dẫn bạn đến một lời khen phổng mũi hay một câu chê bai ê chề.

Nếu bạn có một khuyết tật cơ thể không thể che giấu, việc vận dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc sẽ tạo cho bạn lợi thế. Khi bạn nhận diện được những nhu cầu cảm xúc cấp thiết mà khán giả đang rất muốn giải tỏa, bạn có thể chuyển trọng tâm nói chuyện vào những cảm nhận bên trong của họ thay vì để họ bị phân tán bởi khuyết tật của bạn. Bí kíp này đã được minh chứng bởi hàng nghìn người khuyết tật có tài giao tiếp đáng ngưỡng mộ.

Tôi có một học viên tên Lee, người Mỹ gốc Trung Quốc. Cậu ta có tật nói lắp, và nó ảnh hưởng nghiêm trọng đến khả năng giao tiếp của Lee dù cậu đã tìm đủ mọi cách để cải thiện suốt nhiều năm qua.

Mỗi khi cậu ta cất tiếng nói, khuôn mặt thì nhăn nhó, ngôn từ thì ấp úng, cử chỉ thì luống cuống còn hai bàn tay thì nắm chặt vào nhau. Thời gian như kéo dài lê thê mỗi khi Lee nói bởi cậu ta mất đến mấy phút để nói xong một câu đơn gồm bốn từ.

Trong lần đầu tiên Lee phải trình bày trước lớp, những lời nói và hành động minh họa của cậu khó hiểu đến nỗi khán giả bên dưới đi từ cảm giác căng thẳng, hồi hộp cho đến phát cáu. Khi cậu ta kết thúc phần trình bày, các học viên khác vỡ òa sung sướng. “Cuối cùng cũng xong!”, như thể vừa trút được một gánh nặng.

Tuy nhiên, thay vì trở về chỗ ngồi, Lee phóng lên chỗ chiếc bảng đen và cầm một viên phấn. Trong khi chúng tôi hồi hộp theo dõi,

cậu ta viết lên bảng:

“Tôi hy vọng tật nói lắp của mình không khiến mọi người xem thường tôi. Cả bố và hai anh trai của tôi đều cảm thấy xấu hổ chỉ vì tôi nói lắp. Mọi người làm ơn, đừng đối xử với tôi như thế!”

Hai mươi tám khán giả trong phòng học ngay lập tức thay đổi suy nghĩ của mình về Lee và dang rộng vòng tay chào đón cậu! Cậu đã thành công trong việc chuyển hướng quan tâm của khán giả bằng cách đánh vào cảm nhận bên trong của họ thay vì để họ chăm chăm vào khuyết tật của mình.

Thế là khán giả yêu mến cậu ngay lập tức!

Lee trở về chỗ ngồi mà không hề biết rằng cậu vừa vô tình tiết lộ cho chúng tôi biết Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của cậu - thứ có thể giúp cậu chấm dứt tật nói lắp.

Một tuần sau, chúng tôi gặp lại nhau trong buổi học kế tiếp. Ngày hôm đó, lần lượt từng học viên sẽ phải thuyết trình, trong đó có cả Lee. Trước khi đến lượt trình bày của Lee, tôi đến chỗ cậu ta và nói:

“Em có nhìn thấy chiếc ghế trống ở hàng thứ ba? Đó là chỗ ngồi của tôi. Trong khi em trình bày, hãy nhìn thẳng vào tôi. Hãy tưởng tượng tôi chính là bố em và những học viên khác chính là các anh trai của em. Hoặc là chúng ta sẽ xấu hổ vì em, hoặc chúng ta sẽ rất hãnh diện khi có em trong gia đình này. Giờ, hãy nói cho chúng tôi nghe và đừng nói lắp nữa!”

Lee trợn tròn mắt. Trong một khoảnh khắc, cậu ta nhìn tôi chăm chắm trong khi tôi ngồi vào chỗ của mình. Sau đó, cậu ta nhún vai, tiến lên trước lớp, mím môi một cách dứt khoát, và nói được câu Thôi Miên Cảm Xúc đầu tiên một cách trơn tru mỹ mãn.

Lee không hề nói lắp trong bài thuyết trình đó - và kể từ đấy, cậu ta cũng không còn bị tật nói lắp hành hạ nữa!

Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của cậu ta - Danh Tiếng - đã phát huy tác dụng. Và chính Lee đã vô tình viết cho chúng tôi biết cách làm thế nào để giúp cậu ta hóa giải tật nói lắp:

“Tôi hy vọng tật nói lắp của mình không khiến mọi người xem thường tôi. Cả bố và hai anh trai của tôi đều cảm thấy xấu hổ chỉ vì tôi nói lắp. Mọi người làm ơn, đừng đối xử với tôi như thế!”

Chúng tôi không hề "xấu hổ" vì Lee; chúng tôi tự hào về cậu. Và Lee cũng rất tự hào về kỳ tích mình vừa làm được!

Hãy cố gắng khai phá những nhân tố mạnh mẽ khiến cho đối phương phải chú ý lắng nghe. Chúng sẽ giúp bạn định hướng và vận dụng kỹ năng Thôi Miên Cảm Xúc của mình một cách ngoạn mục với hiệu quả vượt xa ngoại hình của bạn.

Một chàng trai hoặc cô gái không có ngoại hình chuẩn vẫn có thể khiến cho bao người xung quanh mê đắm chỉ bằng cách vận dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc trong ngôn từ và hành động của mình!

Nếu không có sự Thôi Miên Cảm Xúc hiệu quả, ngoại hình đẹp hay hình thức nổi bật thậm chí còn gây bất lợi cho bạn nhiều hơn bạn nghĩ.

Jean là một nữ học viên trong Học viện Thôi Miên Cảm Xúc của tôi. Cô gái hai mươi tám tuổi này nổi bật với mái tóc đen dài và một vẻ duyên dáng quyến rũ, là một trong những phụ nữ xinh đẹp nhất mà tôi biết trong các khóa học của mình.

Cô sở hữu một đôi mắt xám lung linh mọng nước như hai giọt sương. Hàm răng cô đẹp đều và trắng sáng. Thân hình cô quyến rũ như chính khuôn mặt đáng yêu của cô. Đôi môi cô cong nhẹ như cánh cung của thần tình yêu và toát ra một vẻ duyên dáng chết người mỗi khi cô cười. Giọng nói của cô cũng hoàn hảo không kém: thanh thoát, mong manh và ấm áp khó cưỡng.

Ấy vậy mà Jean không tự hào tí nào về sắc đẹp trời cho của mình!

"Nhiều người đàn ông thấy tôi là huýt sáo và cầu hôn vô tội vạ. Phụ nữ thì xì xầm bàn tán thị phi về tôi. Nhiều vị giám đốc sẵn sàng cho không tôi công việc mà chẳng thèm nhìn vào hồ sơ năng lực hay học vấn của tôi. Và nhiều người đàn ông muốn hẹn hò với tôi chỉ để có dịp vỗ ngực trước thiên hạ rằng mình có một cô bạn gái chân dài," Jean buồn rầu tâm sự.

"Các bạn gái của tôi luôn ghen tị và đề phòng tôi, còn tôi thì chỉ có một người bạn tốt duy nhất - một bà cô không chồng cỡ tuổi mẹ tôi!"

Jean thở dài ngao ngán.

"Tôi muốn được yêu và lập gia đình, nhưng điều này có vẻ xa vời với tôi quá. Sắc đẹp trời phú của tôi khiến đàn ông hoặc không

dám đụng đến tôi, hoặc chỉ xem tôi như bình hoa di động, dễ vỡ, không bền. Kiểu gì tôi cũng thiệt. Thầy giúp tôi được chứ?"

Tình yêu là giao tiếp; và Thôi Miên Cảm Xúc cũng vậy.

Tình yêu thực sự chỉ đến khi hai con người có thể xâm nhập Tử Huyệt Cảm Xúc chủ đạo của nhau thông qua ngôn từ và hành động.

Cô nàng Jean xinh đẹp sở hữu một ngoại hình ngoài mong đợi - nhưng kỹ năng Thôi Miên Cảm Xúc của cô lại dưới mức mong đợi.

Cô cần phải học cách tập trung làm nổi bật khả năng giao tiếp của mình hơn là dựa dẫm vào ngoại hình. Cô cần phải biết vận dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc để trở nên chủ động và sáng tạo hơn trong giao tiếp, biết định hướng lời nói và hành động của mình một cách có chủ đích trên cơ sở Bộ Tứ Tử Huyệt Cảm Xúc đối với bất kỳ ai mà cô gặp!

Với kỹ năng Thôi Miên Cảm Xúc của mình, bạn có thể điều khiển sự quan tâm, chú ý của mọi người xung quanh, làm cho họ phải chú ý đến mình hoặc chuyển hướng sự chú ý đó trở ngược vào cảm nhận bên trong của chính họ. Không cần biết ngoại hình của bạn thế nào, bạn hoàn toàn có thể làm cho người khác phải thích mình ngay từ câu chào đầu tiên hoặc câu chào thứ n nếu bạn không biết vận dụng Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc!

Tóm lại, hãy tập trung vào việc giao tiếp Thôi Miên Cảm Xúc thay vì dựa vào hình thức hay ngoại hình! Dần dà, bạn sẽ tạo cho mình một phong thái hấp dẫn hơn, trở thành một cá nhân giỏi giang hơn với kỹ năng thuyết phục xuất chúng!

Mười hai lời khuyên trên là những Bí Quyết giúp bạn trở thành Bậc Thầy Giao Tiếp trong mọi hoàn cảnh. Giống như những lý thuyết khác của Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc, chúng đã được tổng hợp và xây dựng công phu dựa trên việc khảo sát hàng nghìn phản ứng khác nhau của con người trong giao tiếp mặt đối mặt, những cuộc nghiên cứu về ngôn từ và hành vi, các bài tập của học viên trong các khóa học, những kinh nghiệm quan sát cá nhân và hằng hà sa số những buổi tư vấn cho học viên, các nhà giáo dục, khán giả và khách hàng của tôi.

Tôi xin tóm tắt lại một lần nữa dưới đây:

1. Đặt câu hỏi;

2. Nói những điều đối phương muốn nghe;

3. Lược bỏ đại từ "tôi" mỗi khi có thể;

4. Khiêm nhường;

5. Quan tâm đến từng khán giả;

6. Đừng xem thường khán giả;

7. Hãy trân trọng khán giả;

8. Đừng nhai đi nhai lại nỗi đau của người khác;

9. Lắng nghe chăm chú;

10. Cười nhiều hơn;

11. Thư giãn cảm xúc;

12. Hình thức chỉ là phụ, Thôi Miên Cảm Xúc mới là chính.

Hãy biến Mười Hai Lời Khuyên Vô Giá này thành trợ thủ đắc lực của bạn trên con đường chinh phục thành công. Chúng sẽ giúp bạn rèn luyện được tính chủ động, hoàn thiện tính cách, xây dựng một phong thái tự tin hơn và sở hữu khả năng thuyết phục bậc thầy.

Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc cũng giúp bạn hiểu bản thân mình hơn. Nó giúp bạn khám phá và hài hòa những cảm nhận của bản thân mình với người nghe, giúp bạn giao tiếp cụ thể hơn và biết cách kiểm soát những phản ứng xúc cảm của người khác đối với những lời nói và hành động của mình.

Phương Pháp Thôi Miên Cảm Xúc được sinh ra không chỉ để dành cho bạn sử dụng, mà còn để khiến cho người khác làm điều bạn muốn.

Cuộc sống hằng ngày của chúng ta khó tránh khỏi những mâu thuẫn, xung đột trong giao tiếp giữa các cá nhân, giữa vợ chồng, trong gia đình, ngoài xã hội và nơi công sở. Do vậy, bạn nên đọc đi đọc lại và gìn giữ cuốn sách này như một quyển cẩm nang hướng dẫn giúp bạn giải quyết mọi tình huống xảy ra mỗi khi cần.

Kể từ ngày hôm nay, bạn hãy luôn nhớ rằng, điểm khác biệt duy nhất giữa sự cố gắng giao tiếp một cách khiên cưỡng và giao tiếp thành công chỉ đơn giản là... khả năng Thôi Miên Cảm Xúc của

ngôn từ và hành động.

Vì sao?

Bởi vì chính BẠN - cùng khả năng Thôi Miên Cảm Xúc của mình - sẽ là người sở hữu kỹ năng màu nhiệm để thúc đẩy và thuyết phục người khác phải lắng nghe và làm những gì bạn muốn!